UNIVERSITÉ DE STRASBOURG - FACULTÉ DES LETTRES ET SCIENCES HUMAINES

LA FLEUR EN EUROPE OCCIDENTALE

Etude géographique de la production et du commerce des plantes ornementales

THÈSE

POUR LE DOCTORAT ÈS LETTRES

présentée

à la Faculté des Lettres et Sciences humaines de Strasbourg

par

PAUL CASTÉLA

Agrégé de l'Université

en 1968

PUBLICATIONS DE LA FACULTÉ DES LETTRES DE STRASBOURG

(Fonds Baulig, tome VII)

Digitized by the Internet Archive
in 2026

https://archive.org/details/IA41552704_0036

LA FLEUR

EN EUROPE OCCIDENTALE

Etude géographique

de la production et du commerce des plantes ornementales

UNIVERSITÉ DE STRASBOURG - FACULTÉ DES LETTRES ET SCIENCES HUMAINES

LA FLEUR EN EUROPE OCCIDENTALE

Etude géographique de la production et du commerce des plantes ornementales

THÈSE

POUR LE DOCTORAT ÈS LETTRES

présentée

à la Faculté des Lettres et Sciences humaines de Strasbourg

par

PAUL CASTÉLA

Agrégé de l'Université

en 1968

PUBLICATIONS DE LA FACULTÉ DES LETTRES DE STRASBOURG

(Fonds Baulig, tome VII)

UNIV.
LEIDEN
BIBL.

AVANT - PROPOS

Au terme d'une étude passionnante, mais combien délicate, on se rend compte de l'énorme dette contractée envers tous ceux qui, de près ou de loin, ont contribué à sa réalisation. Tandis que sur la Côte d'Azur, point de départ de la recherche, une foule de personnes a permis l'acquisition des connaissances de base au néophyte que j'étais, dans les milieux universitaires l'aide fut essentielle.

Depuis plus de dix ans, M. Etienne Juillard, après m'avoir enseigné les méthodes de recherches, a su m'encourager à travailler et à persévérer par delà les difficultés quotidiennes. Cette thèse lui doit beaucoup; il en a surveillé avec attention et affection la progression; l'esprit avec lequel elle a été conçue, la méthode que l'on a appliquée, l'utilisation des résultats obtenus, ont été inspirés de la pensée du maître. La critique amicale et toujours opportune a suscité maintes retouches, permettant d'améliorer sans cesse le texte. Que M. Etienne Juillard soit remercié de tout cœur et trouve ici l'expression de ma gratitude.

Dans l'équipe des géographes strasbourgeois, J. Tricart et H. Nonn ont suivi avec intérêt mes recherches; R. Raynal, venu sur la Côte d'Azur pour surveiller l'élaboration de la thèse secondaire, a échangé, sur le terrain, des points de vue très enrichissants. De nombreux encouragements nous sont venus d'autres facultés, de Toulouse en particulier, de Paris aussi, où M. Pierre George s'est constamment tenu au courant de l'avancement du travail. Les professeurs de l'école d'Horticulture de Versailles, M. Bossard à leur tête, m'ont ouvert de nombreuses portes. Les universitaires étrangers ont aidé à la documentation et permis de fructueuses enquêtes. Les professeurs Derwael, de Gand, Dana Goodrich et Kiplinger des Universités d'Ithaca et de Colombus aux Etats-Unis, Ennio Andreucci de Pescia, ceux de l'Institut de Géographie Economique de Bad Godesberg, ont été les plus actifs. Les chercheurs de l'I.N.R.A. d'Antibes, Madame Blanc et M. Tramier, ceux de la Station de Floriculture de San Remo, G. Puccini surtout, ceux d'Aalsmeer, de Barcelone, de Francfort, ont accepté de me mettre au courant de leurs derniers résultats, parfois inédits.

Les directeurs des services spécialisés dans l'horticulture ont droit à ma reconnaissance; ceux du Landbouw Economisch Instituut de la Haye, du Ministère de l'Agriculture Belge, de la N.F.U. de Londres, de l'O.N.D.A.H. de Bruxelles, les directeurs successifs de l'A.I.P.H., l'Allemand Peeters et le Hollandais Luitse, le directeur du Département d'Agriculture de Pretoria, tous ont mis à ma disposition des publications très variées. A Nice, J. Arnaud et ses collaborateurs de l'ancienne D.S.A. ont été dévoués et compétents à l'extrême; à Paris, le service des Fleurs et Feuillages du C.N.C.E. et ses correspondants à l'étranger m'ont fourni une documentation exceptionnelle.

Les directeurs des marchés aux fleurs de toute l'Europe ont fait leur possible pour me communiquer les renseignements statistiques que je sollicitais. A Aalsmeer, San Remo, Pescia, Francfort, Neuss, Stockholm, Alost, et surtout à Antibes et à Nice, j'ai rencontré la meilleure compréhension.

Les producteurs et les expéditeurs, dispersés à travers toute l'Europe, guides patients de leurs exploitations et de leurs entreprises, commentant avec bonne volonté leurs méthodes de travail, m'ont reçu avec la plus extrême bienveillance. Je leur ai rendu visite en parcourant des milliers de kilomètres à l'étranger, dont quelques-uns avec l'aide financière du C.N.R.S. Au gré des souvenirs, j'évoquerai les conversations courtoises et enrichissantes avec A. Barberet et ses collaborateurs au Cap d'Antibes, Pinguet à Tours, G. Delaunay et Chedanne à Angers, Van Staaveren à Aalsmeer, Sodini à Viareggio, et tant d'autres dont il est permis d'oublier les noms, mais pas les visages et la gentillesse, car tous, s'efforçant de dépasser le cadre de leur domaine, ont su exposer leurs difficultés et leurs espoirs. A Nice, Antoine Martin, Augustin Revelat, Laurent Bellone et Marcel Coche, partant de points de vue très différents, ont étudié avec moi les possibilités d'un renouveau du commerce azuréen et d'une évolution de la production.

Comment ne pas évoquer enfin le souvenir de Henri Baulig qui, au déclin de sa vie, m'accorda quelques entretiens riches d'enseignements et dont la fondation, en liaison avec l'Association des Publications de la Faculté des Lettres de Strasbourg, me permet aujourd'hui, d'éditer ce livre ?

Je ne puis oublier dans mes remerciements mes interprètes néerlandais et allemands, ni le dévoué G. Lutz, ni mes collègues Brisset et Accola, toujours sur la brêche pour traduire de longs et fastidieux rapports en langue étrangère, ni M. Pinder dont l'aide a été précieuse, ni Mlle Revel, Bibliothécaire Documentaliste, ni le groupe d'étudiants niçois qui a partagé avec moi les difficultés du dépouillement statistique, ni mes amis Raphaël Pesce, horticulteur émérite et clairvoyant, et Etienne Dalmasso, le meilleur connaisseur de la géographie azuréenne, aujourd'hui installé en terre alsacienne, avec qui j'ai partagé les tourments du travail de thèse et échangé quantité de conversations très fructueuses.

Nice, Septembre 1967.

INTRODUCTION

1. La naissance d'une consommation

La floriculture ornementale est une occupation récente dans le monde agricole. Malgré sa diversité actuelle, ses lettres de noblesse remontent rarement à plus d'un siècle. Depuis l'Antiquité, les fleurs ont été cultivées, soignées, améliorées. Toutefois la fleur, produit local, ne donnait que très exceptionnellement lieu à un commerce. Les fleurs étaient utilisées par les producteurs pour leur satisfaction personnelle ou destinées à la décoration des salles et des monuments publics ou princiers. Depuis quelques décennies, dans les pays industrialisés, les fleurs entrent de plus en plus dans le décor urbain et dans l'ambiance de la maison, même des milieux modestes. Décoration des appartements, des bureaux, des jardins d'agrément, sont autant de débouchés pour les produits horticoles.

L'accroissement de la population urbaine et l'augmentation du pouvoir d'achat se sont traduits par un développement de la consommation de produits affinés dans tous les domaines : équipements sportifs, constitution de bibliothèques personnelles, évolution de l'alimentation vers une recherche de denrées plus rares, éléments de décoration des demeures comme les tableaux, les plantes en pots et les fleurs coupées, autant de preuves que l'homme ne se préoccupe plus seulement de consommer des biens indispensables. Le superflu est devenu nécessaire. Dans sa décision d'achat, le consommateur est influencé par des habitudes et par la publicité. Au moment du choix d'un cadeau, par exemple, le client peut hésiter entre différents objets. L'accroissement des ventes des produits horticoles dépend ainsi dans une large mesure des campagnes publicitaires. L'atteinte d'une plus large clientèle se fait aujourd'hui, en dehors des circuits traditionnels tels que la boutique du fleuriste, dans des magasins à libre service. La réussite des supermarchés prouve que la distribution en masse est possible. La création de centres suburbains, par suite du développement du parc automobile, fait naître des besoins nouveaux de consommation. Or, les nouvelles formes de distribution augmentent les possibilités de vente pour les fleurs, les *achats* dans ces magasins devenant *impulsifs*.

Longtemps les cultures florales ont suffi, dans leur région de production, à satisfaire l'essentiel de la demande. La clientèle affinant ses goûts, recherchant des fleurs et des plantes nouvelles, a réclamé des produits horticoles de régions plus lointaines. Ainsi s'est constitué, grâce au perfectionnement des transports et à l'amélioration des niveaux de vie, un commerce floral, sur le plan national d'abord, international ensuite. La concurrence est apparue, provoquant des situations délicates dans les régions les plus anciennes, favorisant l'audace des nouveaux venus.

L'élaboration de la civilisation du XX^{e} siècle a ainsi permis la création d'une des formes les plus spectaculaires de l'agriculture moderne. Les pays fortement industrialisés, donc très urbanisés, sont devenus le principal débouché pour la production horticole ornementale. Au fil

des années, l'agriculture devient de plus en plus intensive et spécule sur des variétés et des produits élaborés à l'aide de la science. Rien n'est laissé au hasard, et la recherche agronomique met sans cesse au point de nouveaux procédés agricoles tout en améliorant les variétés cultivées. Le producteur, pour sa part, dans l'éventail des cultures qui lui sont proposées, choisit celles qui lui paraissent le plus rentables, le mieux adaptées au marché local, national, et même parfois mondial. Ainsi, après avoir pourvu à la nourriture des hommes, après la constitution de terroirs maraîchers et fruitiers, des agriculteurs en sont venus à consacrer une partie, ou l'essentiel, de leur activité à la culture des fleurs. Au premier abord, rien n'est plus inutile qu'une fleur, même lorsqu'elle devient objet de spéculation, dans un monde encore à la recherche de son équilibre alimentaire. Pourtant, dans les villes empuanties par les fumées, où la foule, accablée par le bruit des machines et de la circulation, contribue inconsciemment à son propre déséquilibre nerveux, la présence, dans un appartement, ou dans le hall d'un édifice public, d'un bouquet de fleurs ou d'une plante verte apparaît comme un moyen d'évasion, de rêve, de détente, et donne une note de poésie avant même d'être un élément d'ornementation.

La spécialisation de la production s'adapte essentiellement aux conditions de marché, c'est-à-dire aux désirs de la clientèle. L'amélioration du niveau de vie dans les pays de civilisation blanche capitaliste, surtout en Europe Occidentale et en Amérique du Nord, le pouvoir d'achat croissant des masses citadines toujours plus nombreuses, ont permis l'arrivée sur le marché de produits agricoles nouveaux, non plus destinés à l'alimentation, mais visant à créer un cadre de vie plus agréable. Les hommes ont abandonné l'antique métier de la terre devenu trop ingrat ; ils se sont entassés dans des villes tentaculaires, ont perdu le contact avec l'Alma Mater. Ainsi éloignés du milieu naturel, ils ont pris lentement conscience de ce déséquilibre, et l'une de leurs réactions fut de se tourner vers les produits de l'horticulture ornementale. Le cadre créé artificiellement par celle-ci répond donc à l'aspiration profonde d'un grand nombre d'individus.

Toutefois il y a peu de végétaux aussi sensibles aux variations du milieu naturel que les plantes à fleurs. Les premières régions floricoles furent celles où le climat présente ses caractères les plus doux. Les régions méditerranéennes sont ainsi le berceau de la floriculture moderne. Par la suite, les marchés de consommation s'étant déplacés vers l'Europe Nord-Occidentale, moins favorisée par la température, les horticulteurs, pourvus de moyens de production perfectionnés, ont eu tendance à se rapprocher des grands marchés de consommation. De la sorte, une deuxième région horticole s'est constituée en Europe, autour des grands centres urbains allemands, britanniques, néerlandais et belges.

2. Des conditions techniques et économiques originales

Pour la première fois avec autant de netteté la géographie rurale éclate de son cadre régional. Longtemps, le milieu rural, homogène, vallées de la Loire ou du Bas-Rhône, plaine d'Alsace, a constitué un ensemble indépendant capable d'être isolé du contexte économique national, et plus encore international. C'était là son critère d'individualisation. Ces régions rurales ont subi une lente évolution causée, en général, par une transformation interne née des progrès de la technique agricole ou de l'influence du monde urbain industrialisé. La ville détenait les conditions de la réussite ou de la récession du monde paysan. Dans une grande mesure elle les détient toujours, comme elle a détenu au siècle dernier, celles de la floriculture méditerranéenne.

Au contraire des grandes productions agricoles, ce ne sont plus des données naturelles de sol ou de climat qui déterminent aujourd'hui la réussite des cultures de plantes à fleurs, mais des facteurs humains complexes. Ces derniers sont eux-mêmes moins liés à l'habileté, à l'endurance de la main-d'œuvre qu'à des réseaux de distribution de marchandises, à des contacts interprofessionnels réalisant dans toute l'Europe, une trame serrée de relations commerciales. De la sorte la Géographie de la Fleur se déroule dans un milieu artificiel, mouvant, en perpétuel changement. Si parfois c sentiment de la relativité de la géographie économique peut toucher le spécialiste, on doit bien reconnaître, en cette période de rapide évolution, que l'horticulture ornementale est une spéculation, la plus hardie et la plus typique de l'esprit d'entreprise des agriculteurs du XX^{e} siècle. C'est aussi le domaine où se précipitent les transformations inattendues qui rendent caducs tous les efforts destinés à cerner dans sa réalité profonde le monde horticole.

Cette activité plus encore que la production de fruits et de légumes fournit en moyenne, par unité de surface, de six à dix fois plus de revenus que les produits agricoles traditionnels. On imagine volontiers que l'horticulture ornementale est le type même de l'agriculture intensive. Par sa localisation dans les banlieues immédiates des villes, ou dans des régions à climat exceptionnel dont profitent également les touristes, l'horticulture ornementale se développe toujours sur des terrains au prix élevé. Aussi le producteur cherche-t-il à valoriser le plus possible sa terre par un travail acharné et par l'application de toute innovation technique ou culturale capable de lui fournir un accroissement de production et une plus-value de son travail. Sans cesse, forces de travail et investissements financiers se réunissent pour fournir davantage de produit et un plus grand profit.

La demande en expansion incessante puisqu'elle est liée à l'amélioration du niveau de vie, lui-même en progrès, sollicite les efforts du producteur. Non seulement le travail intensif, mais les innovations de tous ordres, surtout techniques, contribuent au développement de la pro-

duction. L'espace se transforme à la suite de multiples investissements ; le cadre naturel qui a reçu, voici quelques décennies, le premier horticulteur, disparaît progressivement. Le milieu est devenu totalement artificiel et il n'est pas jusqu'à la terre qui ne vienne d'ailleurs ou même qui soit abolie ! Peu à peu l'horticulteur se détache du monde paysan, échappe à ses contraintes, et s'insère dans le monde industriel. Les techniques utilisées lui permettent à la fois l'intensification de sa culture mais aussi, en fonction des marchés et des circuits commerciaux, l'adaptation de sa période de production à la période de consommation qui peut ne pas correspondre à l'époque de la floraison. Les modifications de l'espace géographique, l'élévation rapide de l'aisance de l'horticulteur, le distinguent bien vite du paysan traditionnel. On remarque d'ailleurs que l'introduction de techniques complexes ne diminue pas, à la différence des autres branches de l'agriculture, les possibilités d'emploi. Le progrès technique *valorise ici le travail par le développement massif de la production.*

Fleurs et plantes échapperont longtemps encore à la menace de saturation du marché. L'amélioration du pouvoir d'achat se traduit par une diminution de la consommation de blé, de fruits des pays tempérés, elle accroît la consommation des fruits tropicaux, des plantes et des fleurs ornementales. Même si la concurrence a fait baisser les prix, l'amplification des ventes a été profitable aux horticulteurs. Les agriculteurs du monde vivent dans la hantise de la mauvaise récolte qui engendrera la pénurie ou la disette, et celle de la surabondance, responsable de l'effondrement des prix. L'horticulture ornementale échappe par sa technique, dans la plus grande mesure, à ces fléaux économiques et sociaux, c'est là toute son originalité.

Longtemps rattachée au maraîchage dont elle n'était qu'une activité annexe, l'horticulture ornementale est devenue aujourd'hui un élément bien individualisé dans le monde rural. Les fleurs réclament des soins constants, minutieux, très onéreux. Leur prix de revient est le plus souvent très élevé. Bien de consommation en apparence inutile, n'étant pas destiné à l'alimentation, comme les autres produits agricoles, les fleurs atteignent des prix bien supérieurs par rapport aux autres prix agricoles. Le produit brut au mètre carré est supérieur à celui de toutes les autres cultures. Ni la vigne, ni même la plupart des cultures maraîchères ne parviennent à fournir des prix de vente par unité de surface aussi élevés que ceux offerts par l'horticulture ornementale. Prix de vente ne veut pas dire bénéfice. On doit tenir compte de conditions de marché infiniment complexes. D'abord étroitement conditionnée par des impératifs climatiques, la floriculture est de moins en moins dépendante du milieu naturel.

On pourra retrouver des structures de production originales suivant les régions de culture. Il est en effet naturel de rencontrer la formation des premières régions de culture dans le domaine méditerranéen favorisé par la durée de l'insolation et les hautes températures hivernales. Le développement des superficies consacrées à la floriculture n'est pas le résultat de conditions locales de marché mais des progrès de la consommation dans des régions lointaines, en particulier de la grande nébuleuse de villes de l'Europe du Nord-Ouest. Le moteur essentiel du développement de la floriculture méditerranéenne est bien l'essor de la consommation septentrionale. Plus le besoin en produits horticoles a accru sa pression, plus la floriculture a poussé des régions moins favorisées à entrer en production. Les horticulteurs se sont installés à proximité des centres de consommation, profitant de l'amélioration générale du pouvoir d'achat. Des considérations d'ordre socio-économique l'ont donc emporté dans la création de ces nouvelles zones de production sur les conditions offertes par le milieu naturel. Ainsi se sont formées les régions horticoles du monde, au début isolées les unes des autres, aujourd'hui prises dans un réseau de concurrence très serré, et rivales. Depuis peu l'Europe voit apparaître de nouveaux concurrents qui, grâce à l'avion, viennent périodiquement perturber le marché : Etats-Unis, Afrique du Sud. Considérant leur marché intérieur comme insuffisant, ces pays lointains s'adressent à l'Europe pour écouler certains surplus, provoquant diverses réactions sur le Vieux Continent.

Ainsi, après s'être longtemps ignorées, les deux grandes régions de civilisation blanche, l'Europe et l'Amérique du Nord, sont entrées en concurrence. Certes l'Europe a vingt siècles de plus de tradition horticole, mais les Etats-Unis, en particulier dès la fin du dix-neuvième siècle, ont emprunté un certain nombre d'espèces à l'Europe et les ont développées pour répondre aux besoins de leur marché intérieur. Leurs techniques de production, comme

celles de vente étaient, dès le début du vingtième siècle, très différentes de celles de l'Europe. Plus traditionalistes, moins enclins à adopter les nouvelles techniques de culture, prisonniers d'un état d'esprit paysan moins routinier que craintif devant la nouveauté, les Européens n'ont pas ressenti le besoin d'imiter les Américains. Après la Deuxième Guerre Mondiale, lorsque ces deux mondes se sont rapprochés, chacun découvrant l'autre, les Européens ont appliqué les méthodes américaines. Des procédés techniques qui paraissent étonnamment nouveaux sur le Vieux Continent sont parfois appliqués aux Etats-Unis depuis vingt ou trente ans. On parvient donc à une mondialisation de la production et du marché. Aussi, une étude qui se veut uniquement européenne doit-elle tenir toutefois compte des conditions extra-européennes de la production.

Actuellement l'Europe Occidentale constitue encore un domaine horticole original, nettement individualisé par rapport à quatre autres groupes. *Le monde asiatique*, très lointain, n'a de contacts avec l'Europe que par l'intermédiaire d'expéditions de fleurs très chères supportant un long voyage (orchidées par exemple) ou par la concurrence que les Japonais livrent aux bulbiculteurs européens sur le marché nord-américain. Le *continent américain* constitue le deuxième ensemble ; s'il y a interpénétration des deux circuits commerciaux, cela ne porte jamais sur d'énormes valeurs. Français, Belges et Néerlandais expédient sans doute des fleurs fraîches aux Etats-Unis et au Canada, les Américains envoient par avion de l'*Asparagus* du Colorado ou des œillets de Floride, cela ne perturbe jamais bien longtemps le marché européen (seuls les Britanniques reçoivent ces expéditions). Le troisième groupe est formé par les *pays d'Afrique Australe* dont le développement s'est effectué sous l'impulsion des investissements des floriculteurs européens (britanniques, néerlandais et danois, plus rarement allemands) ; il est pour l'avenir le plus dangereux pour les producteurs de l'Europe du Nord-Ouest puisque, du fait du décalage saisonnier, il est capable, en plein été, de produire des fleurs de saison hivernale et inversement. Le dernier ensemble est constitué par les *pays de l'Europe Centrale et Orientale*. Longtemps, jusqu'à la Deuxième Guerre, les pays slaves ont été un très important débouché pour les produits italiens, français et néerlandais. L'évolution économique interne des pays socialistes depuis vingt ans les a fait disparaître des listes des pays importateurs ; ils disposent d'une production nationale suffisant dans l'ensemble aux besoins et l'Europe Orientale ne constitue plus pour l'instant un secteur essentiel des expéditions occidentales. Mais depuis peu une reprise du commerce s'ébauche, intéressant les circuits anciens : Bulgarie, Pologne et Tchécoslovaquie cherchent à exporter, tandis que l'Italie et les Pays-Bas jettent les premiers jalons pour une reprise de leurs exportations. L'Union Soviétique possède des cultures florales de banlieue, mais ne participe pas au commerce international des fleurs.

Le domaine de l'Europe Occidentale est déjà très vaste et forme un bloc difficile à dissocier. Cela nous a poussés à une étude globale, mais l'enquêteur isolé rencontre une route semée d'embûches. La production européenne de plantes ornementales est énorme, on la chiffre actuellement aux environs de neuf cents millions de dollars américains, ce qui l'apparente à des valeurs de production comme celle du blé. Il est donc impossible, même dans le cadre d'un ouvrage comme celui-ci, de donner une idée complète du sujet. Seul un tableau sommaire a pu être réalisé. Déjà dépassé, il est le reflet d'une situation économique et sociale découlant de l'interaction de la production et de la consommation. Des recherches ultérieures devront approfondir bien des questions.

En décembre 1964, un avion de la T.W.A se pose à Londres-Heathrow, en provenance de Denver, via New York. Dans ses cales deux tonnes d'*Asparagus plumosus* vont être commercialisées à Londres. Le lendemain, au marché de Covent Garden, les commissionnaires ne vendent pas l'*Asparagus* européen qui leur a été adressé, l'américain étant de meilleure qualité, et les cours s'effondrent. Les expéditeurs de Nice et de San Remo alertés, se tournent vers le marché de consommation allemand. L'*asparagus* danois habituellement vendu dans les pays germaniques entre en concurrence avec les feuillages arrivés du Midi méditerranéen. Les cours, dans la semaine précédant Noël, ne sont guère meilleurs qu'en Angleterre. Pendant la deuxième quinzaine du mois de décembre, c'est-à-dire pendant une période où l'offre comptait sur des

prix intéressants, tout le marché d'une production particulière a été ainsi perturbé. Simple accident ? En réalité, signe de la grande transformation de l'horticulture. La production est prisonnière d'une situation de marché très complexe où les produits s'écoulent non pas d'après la seule situation d'un marché local, mais dépendent de situations très lointaines.

L'ampleur croissante du phénomène floricole amène à essayer de décomposer les mécanismes de la production et de la consommation. La production est étroitement liée à une infrastructure technique où la Science, dans toutes ses applications, joue un rôle décisif. Aussi faut-il tout d'abord essayer d'analyser les victoires de la Science, seules capables d'expliquer un certain nombre de réussites individuelles ou régionales. Ensuite les questions de rentabilité des exploitations doivent entrer en ligne de compte : il ne sert à rien de disposer d'un matériel très perfectionné si les fleurs obtenues dépassent par leur prix toutes les possibilités d'achat par la clientèle courante. En fonction de ces données techniques et économiques, on peut alors délimiter le domaine des différentes régions de production et comprendre ainsi leur répartition européenne et mondiale. Les marchés nationaux incomplètement approvisionnés par les horticulteurs font appel au commerce international. Les transports ne consistent pas seulement à conduire des régions de surproduction vers les régions consommatrices les fleurs et les feuillages. L'écoulement des surplus se fait vers les zones les plus intéressantes de vente, là où une action publicitaire développe la consommation et permet de fournir à tous les degrés de la profession les rémunérations les plus élevées.

De la sorte, trois parties s'individualisent d'elles-mêmes dans cette étude : celle où les *Victoires de la Technique et de la Science* sont mises en valeur, expliquant ainsi la *Localisation de la Production Horticole*, et celle, plus délicate dans son approche, de la *Commercialisation*. Ainsi apparaissent les éléments originaux de l'étude d'un milieu rural qui en apparence identique à d'autres ensembles de productions agricoles, a subi, par suite du dévelopement des conditions de marché, une concurrence internationale responsable de ses réussites ou de ses scléroses. Les disponibilités financières, les ententes commerciales plus que l'influence des seules données naturelles déterminent la Géographie de la Fleur.

3. Les difficultés de la documentation

La pénétration du milieu horticole représente un obstacle sans commune mesure avec le résultat acquis. En effet, en France en particulier, il n'existe pas d'organisme ou de fédération capable d'offrir, à l'aide de publications, une base de départ comme l'industrie ou d'autres activités agricoles en possèdent. Dans tous les pays sont publiées des revues techniques destinées aux professionnels, par catégories, producteurs, commerçants, fleuristes. Seuls les Néerlandais donnent, par leurs publications, des indications précises sur la floriculture, mais elles présentent essentiellement les aspects techniques et traitent exceptionnellement les sujets de synthèse. Pour l'ensemble de l'Europe, on doit se satisfaire d'indications superficielles relevant davantage des estimations. Les pays de l'Europe Occidentale n'ont pas encore harmonisé leurs registres ; les cadastres ne connaissent pas tous les cultures florales, tant s'en faut ! Ainsi, en France, les cultures florales sont classées dans la rubrique des jardins maraîchers et d'agrément ce qui supprime toute possibilité d'étude.

De la sorte, la floriculture européenne a été étudiée de manière disparate et le tableau qui en a été tracé n'est pas, et de loin, complet. D'énormes lacunes restent à combler, mais il est impossible, étant donné la vitesse de l'évolution de l'horticulture ornementale, de s'appesantir sur quelques régions, faute de quoi tous les travaux antérieurs dans d'autres domaines s'avèrent périmés et décalés dans le temps. Les comparaisons ne sont alors plus possibles. L'anachronisme ne peut être accepté en géographie économique. Le travail individuel, dans un tel domaine de recherche, est à bannir et à remplacer par un travail d'équipe, à la manière dont les Allemands réalisent leurs enquêtes, lançant dans tous les pays d'Europe Occidentale, des chercheurs avec des buts précis et concertés. Nous ne pouvons donc prétendre apporter un panorama complet de l'horticulture ornementale. La présentation d'une situation économique demeure notre but principal.

La pénétration du monde horticole s'est faite d'abord à l'aide de l'enquête directe : de la Campanie à la Hollande, nous avons parcouru les principales régions floricoles de l'Europe Occidentale, rencontrant toujours un accueil bienveillant, une sympathie compréhensive, cherchant à aplanir l'obstacle des difficultés de langues. Les horticulteurs européens, en effet, parlent et publient en une dizaine de langues ! Les relations humaines établies, la documentation de toutes origines est venue compléter ces fructueux contacts. Il est exceptionnel que les auteurs et les éditeurs poursuivent à travers l'Europe les mêmes buts. La variété des publications est la preuve même de l'hétérogénéité de l'information. Certes cela nous a permis de saisir un plus grand nombre d'aspects de l'horticulture, mais il est rare que des comparaisons puissent s'établir entre les différentes revues nationales.

Dans le domaine de la statistique, on aborde le véritable obstacle. L'enquête géographi-

que ne peut exister sans une référence statistique de base permettant de prendre contact avec une réalité économique. Rien n'est plus décevant que la statistique horticole européenne. Depuis une dizaine d'années, l'*Association Internationale des Producteurs de l'Horticulture* (*A.I.P.H.*) s'applique à fournir aux organismes professionnels européens des tableaux de comparaisons de surfaces, de valeurs de la production. Malgré d'énormes efforts bien des colonnes sont vides et les chiffres sont douteux, sujets à caution, et peu utilisables. Quand on sait avec quelle désinvolture les statistiques françaises sont établies, comment sont mis à jour les chiffres italiens ; quand les Suisses, au nom de la liberté individuelle, refusent de préciser ce qui est strictement du domaine privé ; quand les Anglais se satisfont d'estimations et que les Espagnols sont incapables, dans le cadre de leurs syndicats, de donner un chiffre précis, on comprend qu'il soit vain de s'intéresser à des tableaux statistiques officiels.

Quittant le domaine des surfaces et des exploitations, lorsque l'on pénètre dans celui de la commercialisation, tout de suite le doute augmente. L'enquêteur, quel qu'il soit, surtout dans les pays méditerranéens, est toujours considéré comme un agent du fisc et non comme un conseiller ou un ami. Fort rares sont les horticulteurs et les commerçants qui ont compris que notre travail était désintéressé ! Les chiffres qu'on avance sont faux, mais dans quelle proportion ? De la moitié ? du quart ? Les ventes sont effectuées par des canaux si différents et si complexes qu'on ne peut jamais savoir où fixer la vérité. Les monnaies européennes ont subi en une dizaine d'années des modifications qui compliquent les évaluations du commerce international. L'A.I.P.H. a converti toutes les valeurs de production et de commercialisation en dollars américains. On utilisera parfois cette référence, sachant pourtant qu'elle n'est point parfaite. La vente de la fleur est le résultat de contacts humains sur un marché, et les deux partenaires ont avantage à dissimuler le montant des ventes. Tout le commerce ne se pratique pas selon le type hollandais où, en l'absence du producteur, le prix de vente s'inscrit automatiquement aux yeux de tous sur un cadran lumineux et où toute fleur vendue est enregistrée. Cela comblerait d'aise le statisticien.

A l'aide d'un long dépouillement de publications d'inégale valeur, beaucoup plus qu'à la suite de travaux antérieurs déjà consacrés à la floriculture, on a pu réaliser cet ouvrage. L'intention de départ était une étude géographique de la production horticole de la Côte d'Azur. Bien vite, par le jeu des comparaisons, on a été amené à traiter l'ensemble de la production et de la commercialisation européennes. L'essentiel de nos efforts a cependant porté sur les rivages méditerranéens qui demeurent, et de très loin, les plus complexes.

La rédaction de ces pages repose d'abord sur un très grand nombre de confidences, d'aveux, de remarques faites par d'humbles producteurs souvent riches d'une expérience économique et humaine surprenante ; elle repose ensuite sur des enquêtes dans les grandes régions horticoles. Sur place, on devait se contenter de quelques articles publiés, de remarques des responsables locaux de la profession horticole, des quelques renseignements officiels que l'on pouvait glaner. Plus convaincante est la lecture des journaux et des revues professionnels, parce qu'ils contiennent l'exposé des difficultés, des espoirs et des réussites d'une région. C'est ainsi que la *Deutsche Gartner Börse*, la *Floricoltura Pesciatina*, *Pépiniéristes Horticulteurs Maraîchers*, la *Revue Horticole*, le *Jersey Year Book*, les *Mededelingen van de Directie Tuinbouw* décèlent les tendances des évolutions nationales ou régionales. Chaque semaine, ou chaque mois, les spécialistes du commerce publient un bulletin mettant au courant des prix pratiqués sur tous les marchés européens, ce sont *Viola*, le bulletin des *Veilingen*, *Borsa Fiori*, la *Deutsche Gartner Börse*. Leur synthèse est réalisée, pour la France, par le Centre National du Commerce Extérieur qui publie un bulletin bimensuel, *Fleurs et Feuillages* qui, dans ses *Nouvelles des Marchés*, tient les producteurs au courant des prix pratiqués dans une vingtaine de places commerciales européennes. Dans une deuxième partie, il informe des grands aspects de l'évolution de la production et de la commercialisation. Parfois le même organisme publie une étude sur un marché particulier, suisse, suédois, italien, allemand. On ne peut que regretter l'absence d'autres publications de ce genre en France. Une troisième catégorie de publications relève des études de rentabilités des entreprises, réalisées par des organismes officiels. On en

reparlera à propos des activités des Néerlandais ; il est bon toutefois, dès à présent, de leur rendre hommage tout en mentionnant que, dans les autres pays, de tels rapports quittent exceptionnellement les cartons des services intéressés.

Tout compte fait, ce sont encore les voyages d'études que l'on a pu réaliser qui ont permis de grouper le plus de notes concrètes et de saisir avec le plus de netteté une situation qui envisage non seulement l'ensemble du Marché Commun, mais l'Europe tout entière. Pour arriver à un panorama précis, il aurait fallu une dizaine d'années d'enquêtes ; il nous a été possible d'en réaliser la moitié seulement. Certes, dans toute l'Europe, les bonnes volontés se sont manifestées et sont venues à notre aide ; mais combien de rapports que nous savons essentiels ne nous ont jamais été adressés par les services étrangers compétents. Que ce plaidoyer incite donc le lecteur à la plus grande bienveillance, et qu'on nous pardonne les lacunes involontaires que le texte contient.

PREMIÈRE PARTIE

LA PRODUCTION HORTICOLE ORNEMENTALE

I. - L'ESSOR D'UN MARCHÉ

La floriculture est devenue au début du vingtième siècle non plus une activité annexe, pour beaucoup d'agriculteurs, mais la production essentielle, voire unique, d'un grand nombre de cultivateurs. La tendance à la spécialisation qui caractérise le monde agricole a même atteint la floriculture, et l'entreprise familiale est aujourd'hui concurrencée par la grande exploitation capitaliste, très spécialisée et intensive. Le Marché Commun, en supprimant progressivement les barrières douanières établies par les trois grands producteurs néerlandais, italien et français, donc en exaspérant la concurrence, a provoqué une nouvelle évolution de la floriculture.

La floriculture a maintenant tendance à gagner des régions climatiquement moins favorisées. Son histoire est ancienne et complexe et l'écheveau de ses origines est difficile à démêler.

1. Les Romains créent la floriculture

Les navigateurs et les colons grecs ont introduit dans la Méditerranée Occidentale un grand nombre d'arbustes et d'arbres bien adaptés à ce domaine écologique : vigne, olivier, poirier, figuier, pommier, amandier, grenadier et cerisier ont ainsi été répandus par leurs soins. Ils auraient même amené le pêcher de Chine grâce à leurs relations avec les gens de la Bactriane. On n'a cependant pas la preuve d'une culture florale importante dans l'Antiquité, même si l'on soupçonne la Babylonie d'avoir possédé de véritables jardins. Les jardins de Perse étaient sûrement composés de plantes aromatiques, de quelques arbres fruitiers, plutôt que de véritables plants ornementaux.

L'Egypte en tout cas était célèbre pour la culture des rosiers, surtout sous la dynastie ptolémaïque ; elle en fournissait même, plus tard, aux Romains, ses conquérants.

La floriculture italienne est donc la plus ancienne d'Europe. Ses lettres de noblesse remontent à la belle époque de la civilisation romaine. Pendant l'Empire Romain (1), les roses, les lis, les violettes, les narcisses et les jacinthes étaient employés dans la composition des couronnes, des coussins et des guirlandes. Pline (2) cite une dizaine de variétés de roses distinctes par la forme, la couleur et le parfum. Les roses de Paestum, en Campanie, étaient particulièrement réputées et celles de l'actuelle Palestrina étaient les dernières à fleurir. On désirait surtout les roses pendant l'hiver ; aussi étaient-elles cultivées, comme les lis, dans des serres installées dans ce but, où elles étaient forcées *fomento aquarum calentium.* Pour la couverture des serres, on utilisait des plaques de mica ramenées à cette fin d'Espagne. Le mica

---

(1) Paoli, *Vita Romana*, p. 164 et sqq., éd. française Desclée de Brouwer, 1960 ; et Grimal P., *Les jardins romains à la fin de la République et aux deux premiers siècles de l'Empire.* Th. Lettres, Paris 1943.

(2) Pline, *Epist. V.*

espagnol en effet était à bandes plus grandes et beaucoup plus transparent que celui qui provenait de la Sicile voisine. On connaissait déjà les méthodes pour forcer la floraison pendant l'hiver, méthode blâmée par Sénèque qui critiquait le déploiement d'un luxe excessif.

La rose était la fleur consacrée à Vénus et elle était le symbole de l'amour et de la mort. On ornait de couronnes de roses les époux, les bacchantes, les danseuses, les invités aux banquets et on répandait aussi des roses sur les tombes des défunts. Au voisinage des villes, dans de vastes jardins, étaient cultivés, pour être ensuite commercialisés, les lis, les roses, les violettes. Des commerçants installés à proximité, ou venus des villes, s'occupaient ensuite de leur vente. Varron (3) nous informe même que le commerce des fleurs était très rémunérateur. L'amour pour les fleurs et les jardins ne venait pas uniquement du patriciat mais aussi de la plèbe qui, n'ayant pas à sa disposition de terrains pour faire des cultures florales, utilisait le rebord des fenêtres et les balcons, dans le but, dit Pline, de pouvoir les admirer chaque jour. Les fouilles de Pompéi ont démontré que la plus grande partie des maisons avaient leur atrium et les toits de leurs portiques ornés de plantes et de fleurs. Toujours à Pompéi, on a découvert un petit jardin qui devait être cultivé dans un but commercial (4).

2. Au Moyen Age l'horticulture se diversifie et se répand

Après la chute de l'Empire Romain, à la suite des invasions barbares, la floriculture décrut. Toutefois, elle se maintint autour des châteaux féodaux et dans les monastères. Les moines, tout en sauvant le patrimoine intellectuel de l'Antiquité, ont également conservé cet élément de sa vie agricole. Les moines bénédictins sont les continuateurs de la tradition de l'art du jardinage et, pourrait-on dire, de l'agriculture en général. Le couvent de Monte Cassino, comme celui de Grotta Ferratta, au pied des Monts Albains, ont des jardins où l'on cultive les légumes, les fleurs et les plantes médicinales Une vingtaine d'espèces cultivées fournissent alors leurs fleurs pour la décoration. Le goût des fleurs se répand dans les villes médiévales surtout celles où, comme en Italie, la bourgeoisie est active et nombreuse. Giovanni Villani, dans sa « Nuova Cronica di Firenze », souligne qu'au début du quatorzième siècle il n'y avait pas un Florentin qui n'eût dans la campagne une maison plus belle que celle de la ville avec des jardins entourés de murs.

Le patrimoine floral s'est accru des espèces ramenées du Levant par les Croisés ; ne trouve-t-on pas, autour de beaucoup de châteaux féodaux, en particulier dans les Vosges, des pervenches à l'état spontané, en réalité provenant des jardins des châteaux où les chevaliers revenus des Lieux Saints les avaient plantées ? Il est indéniable que les Croisades ont eu, comme dans bien d'autres domaines de la vie matérielle et intellectuelle, une très heureuse influence. Lors de la dernière, celle de 1270, les rescapés du désastre tunisien auraient ramené l'œillet, déjà cultivé par les Arabes, pour l'introduire en Italie. Le roi René en aurait favorisé la transplantation en Provence, dans le cours du quinzième siècle.

Avec l'avènement des communes libres la passion des fleurs se développe. Pour de vastes et beaux jardins, peuplés d'espèces rares, nobles et riches marchands dépensent des sommes considérables. De nouvelles fleurs sont introduites des pourtours de la Méditerranée ; les premiers vergers se constituent en Toscane, et l'on voit même le Grand-Duc de Toscane introduire au dix-septième siècle le jasmin, en provenance de l'Orient.

Dans la France féodalisée, il faut attendre le treizième siècle, sommet de la civilisation française médiévale, pour trouver la référence d'une culture florale. Le comte de Brie et de

---

(3) Varron : *De Ling. lat. V.*

(4) Voir Paoli, *Vita Romana.*

Champagne, Thibault IV, cultivait les rosiers vers 1240, soit avec six siècles d'avance sur les premières cultures commerciales de roses de Brie, puisque c'est en 1860 seulement que le jardinier de l'amiral de Bougainville, Christophe Cochet, cultiva la rose de Brie, forcée sous serre en 1880. Olivier de Serres, dans son *Théâtre d'Agriculture*, indique une grande quantité de fleurs à bouquets.

La Côte d'Azur participe, elle aussi, à l'essor de l'horticulture. Au milieu du quatorzième siècle les agrumes et surtout les orangers (le bigaradier ou oranger à fleurs, originaire de l'Inde, a été ramené par les Croisés en Italie) permettent au port de Nice de faire le commerce des oranges et de la fleur d'oranger. Les débuts de la parfumerie grassoise, bien que très controversés en l'absence de documents précis, remontent sans doute au Moyen Age. Dès le douzième siècle, deux corporations, tanneurs et curatiers, se préoccupent de l'industrie des parfums.

3. La Renaissance consacre le succès de la Fleur et des Jardins

Au seizième siècle, lorsque la mode des gants fut introduite en France par les Médicis, Grasse fabriquait des gants assez réputés pour que leur renommée parvînt jusqu'à la cour royale (5). L'usage fut lancé par Anne-Marie de la Trémoille de se parfumer « à la Nerola ». Femme de Flavio Orsini, prince de Nerola, elle avait introduit le parfum qui porte son nom en France vers 1680. Par la distillation des fleurs du bigaradier (oranger amer), on obtient en effet une huile essentielle qui entre d'ailleurs, aujourd'hui, dans la composition de nombreux parfums. Grasse connaissait alors le secret de la fabrication d'huiles parfumées et les Grassois fréquentaient les foires de Beaucaire où ils apportèrent jusqu'à la Révolution l'eau de rose et d'oranger. Pour briller à la cour de France, un apothicaire d'origine italienne, Francesco Tombarelli, se rendit à Grasse pour étudier l'installation d'une industrie des parfums. Son voyage a eu pour conséquence la naissance de la corporation des gantiers-parfumeurs qui auraient construit la première distillerie vers 1595. Quoi qu'il en soit, de nombreux contrats (6) sont enregistrés par les notaires entre les cultivateurs et les parfumeurs au sujet de la vente des fleurs d'oranger, de jonquilles, de jasmin et de violettes, de tubéreuses. Les gantiers qui ont saisi l'intérêt de la nouvelle industrie ouvrent des salles de distillation et d'enfleurage à côté de leurs ateliers traditionnels. En 1670, il y a une dizaine de gantiers-parfumeurs à Grasse ; en 1768, on confectionne des savonnettes parfumées, des pommades aux fleurs de rose, jonquille, tubéreuse et cassie, des huiles parfumées et de l'essence d'œillet, de rose, de néroli et de plantes exotiques. Le nombre des ateliers augmente et passe de trente à soixante-cinq entre 1700 et 1740. L'essor de la parfumerie grassoise est cependant freiné par les difficultés des communications ; il faut utiliser le mulet jusqu'au port de Cannes, puis prendre la voie maritime en direction de Marseille qui réexpédie vers l'Ile de France.

Dans l'intervalle, l'horticulture s'est développée sur la Côte d'Azur. Claude Fabri de Peiresc a réussi à acclimater, au début du seizième siècle, dans son domaine près d'Aix-en-Provence, une grande quantité de plantes qui se sont lentement diffusées le long de la côte au cours des deux siècles suivants. L'administrateur des jardins de Nice, sous l'Empire, reçut de Joséphine des plants de la Nouvelle-Hollande, provenant des serres de la Malmaison et, en particulier, des *eucalyptus*.

Si les pépinières ornementales se constituent pour la première fois en Toscane, vers le treizième siècle, la France donne l'impulsion décisive à cette forme de l'horticulture. A la fin du Moyen Age, les premiers jardins décoratifs apparaissent : autour de la Bastille, Char-

---

(5) Mottet, *Culture des plantes à parfum dans la région grassoise.* D.E.S., Aix 1952.

(6) Cf. Mottet, *op. cit.*

les V pouvait se promener dans des allées d'ormes, d'arbres fruitiers, de quelques plantes officinales et aussi de quelques fleurs. L'art des jardins doit attendre la période de la Renaissance pour recevoir une puissante impulsion. L'architecture paysagiste se généralise grâce à l'emploi de végétaux de type forestier et ornemental. D'heureuses combinaisons de coloris de feuillages, de forme des fûts, de port des arbres, l'utilisation de tailles judicieuses, l'emploi des buissons pour souligner une perspective sont autant de nouveaux éléments que l'artiste peut faire varier à plaisir, d'autant plus que souvent il dispose de pièces d'eau pour faire jouer les reflets. Le début de cet art se trouve à Blois et à Amboise, puis à Anet et à Fontainebleau, où d'ailleurs on retrouve ici la facture des Transalpins qui ont travaillé à la formation du parc et des jardins. Les guerres d'Italie ont en cela joué un rôle bénéfique en faisant connaître aux barons français les paysages italiens, en leur permettant de ramener des spécialistes de l'horticulture et de les faire travailler sous les cieux du Val-de-Loire et de l'Ile-de-France. Ifs, buis, cyprès, puis ormes, tilleuls, platanes constituent de vastes parcs en bordure des chênaies. Au Grand Siècle, Le Nôtre attache définitivement le nom de *jardin à la française* au jardin classique, régulier, qu'il a mis au point à Vaux-le-Vicomte pour Fouquet et à Versailles pour Louis XIV (7).

Ces jardins utilisent beaucoup les végétaux ligneux pour leurs futaies, leurs allées, bosquets et leurs salles de verdure, les charmilles et les quinçonnées. De tels jardins se trouvent à Marly, Meudon, Saint-Cloud ; bientôt dans tout le royaume, à plus ou moins grande échelle, suivant les disponibilités financières et les orgueilleuses ambitions des grands seigneurs. Le Grand Condé refait les jardins de Chantilly et une multitude de demeures seigneuriales s'entourent de jardins à la française. La mode gagne toute l'Europe, ce qui explique l'essor des pépinières qui se doivent de livrer tous les végétaux nécessaires à l'embellissement des jardins et à la constitution des parcs. D'anciens jardiniers de ces demeures royales et seigneuriales s'établissent dans la région parisienne, puis dans les zones de résidence de la noblesse, là où se créent les jardins, et se mettent à cultiver, à produire, puis à vendre les différentes essences d'arbres et d'arbustes d'ornement dont les architectes paysagistes ont besoin pour réaliser leurs plans. D'ailleurs, à cette époque, à la suite des voyages et des croisières maritimes, sont introduits des végétaux en grand nombre (en 1600, semis d'un *acacia-place* qui est toujours dans les Jardins de Versailles). Les nouvelles charges des Intendants des Jardins Royaux sont créées ; le premier et le plus célèbre est Jean de La Quintinye qui créa à Versailles, de 1667 à 1683, le Potager du Roy, actuellement Ecole Nationale Supérieure d'Horticulture et où il y avait déjà au dix-septième siècle 153 variétés d'arbres fruitiers.

Les pépinières se développent d'abord dans la région parisienne, dans les vallons et les plateaux fertiles à proximité des lieux de consommation vers la Celle-Saint-Cloud, Versailles puis Vitry-sur-Seine et les terres à blé de la Brie. Au dix-neuvième siècle, le développement est encore plus grand grâce à la décentralisation des propriétés d'agrément, grâce aussi au nombre croissant de villas de la nouvelle bourgeoisie industrielle, enfin grâce à la multiplication des moyens de transport, surtout ferroviaires, qui permettent d'expédier sur de longues distances les produits des pépinières. En France, des pépinières se créent en dehors de la région parisienne, à Troyes, Doué-la-Fontaine, dans la région angevine.

A l'étranger, on ne reste pas inactif non plus : les raisons qui expliquent l'essor des pépinières françaises lors de la phase de l'industrialisation des villes poussent les horticulteurs allemands, suisses, néerlandais, belges et britanniques à constituer, voici déjà un siècle, leurs premières grandes plantations. Ici intervient l'impératif climatique : en Italie, et surtout en France dans la vallée de la Loire, on peut prétendre obtenir le développement de tous les plants ornementaux. Dans les pays de climat océanique, plus froid, et surtout lorsque le climat évolue vers la continentalité, les pépiniéristes doivent sélectionner leurs arbres et arbustes et utiliser les conditions locales. C'est ainsi que sur les sols morainiques du Schleswig-Holstein,

---

(7) La Quintinye, *Instructions pour les jardins fruitiers et potagers.* 1690. B.N. 4782.
Houth E., *Essai sur l'horticulture versaillaise de 1686 à 1840.* « Journal de la Société d'Horticulture de de la Seine-et-Oise », 1931.

les Allemands ont multiplié les pépinières de conifères. Ici il est difficile de faire la part entre ceux qui sont destinés au boisement ou au reboisement et ceux qui doivent servir à des fins ornementales. Ce sont souvent les mêmes espèces, il faudra donc rester extrêmement circonspect lorsque l'on parlera des superficies. A Boskoop, les Hollandais, en marge du polder de l'Haarlemmer Meer, ont utilisé des sols favorables aux arbustes pour se spécialiser dans quelques espèces ornementales et en particulier le lilas. Il y a enfin une catégorie d'horticulteurs qui participent à la fois à l'activité des pépinières et à la production de plants pour les fleurs coupées, ce sont les rosiéristes. Les uns sont spécialisés dans la culture des plants pour les jardins, les autres fournissent surtout les producteurs de roses. Ces deux clientèles, très différentes, s'adressent le plus souvent aux mêmes producteurs.

4. La constitution du patrimoine horticole des Pays Bas est ancienne

L'Europe nordique, pour des raisons essentiellement climatiques, ne connaît pas jusqu'à la Renaissance de cultures florales. Seule la Hollande se distingue dès le dix-huitième siècle. En effet, la bulbiculture s'est lentement développée aux Pays-Bas pour représenter aujourd'hui une des spécialités agricoles les plus typiques et un élément prépondérant dans la balance des comptes. Les bulbes proviennent en réalité d'Asie, surtout du Moyen-Orient. Au seizième siècle, le diplomate Ghislain de Bousbecque introduit les premiers bulbes qui formèrent le premier jardin botanique de Leyden (1587). Au quinzième siècle, Gouda est déjà entouré de pépinières d'arbres fruitiers, de jardins de plantes aromatiques ou d'agrément. Au seizième siècle les Hollandais et les Flamands expédient des tulipes, des œillets et des roses fleuries en pots à la cour d'Angleterre. Lorsque, à partir de 1648, le commerce d'Amsterdam étouffe celui d'Anvers, la production se développe rapidement dans les polders, à Venen, Sloten, Beverwijk, et dans le Westland où les terres plus légères favorisent en particulier la culture des bulbes à fleurs. En 1660, le Père Franciscain Charles Plumier envoie des Antilles en Flandre les premiers bégonias ; en 1697 a lieu la première vente de tulipes, et en 1742 on trouve trace des premières ventes d'anémones et de jacinthes en Hollande. La grande bourgeoisie convoite les espèces rares ; d'extraordinaires spéculations atteignent les bulbes. Les tulipes, objets d'un agiotage intense, sont responsables de ruines spectaculaires. La Compagnie des Indes a joué son rôle ; elle a permis l'arrivée d'un grand nombre de plantes dont la culture a parfois été abandonnée (8).

Au début du dix-neuvième siècle l'organisation de la culture est favorisée par la constitution d'un réseau de voies de communications ainsi que par les progrès de l'urbanisation en Angleterre et dans les pays rhénans, territoires qui, le plus souvent, sont libre-échangistes. En 1815, une entreprise de Gand expédie à la cour de Russie pour 32.000 francs de plantes (9) ; deux ans plus tard, le Royaume de Hollande exporte vers l'Europe Centrale pour un million et demi de francs. A partir de 1890, tandis que les cultures de fleurs coupées se développent en Hollande, les Belges se lancent dans la production des plantes en pots, en particulier des azalées qui triomphent aux *Floralies Gantoises* de 1875.

L'industrialisation des pays limitrophes, essentiellement germaniques et anglo-saxons, fournit un marché de consommation important. Dès ce moment, les Pays-Bas deviennent le premier producteur et le premier exportateur de bulbes du monde, s'assurant un monopole encore aujourd'hui incontesté.

---

(8) *R.H.*, nov. 1964 et mai 1965.

(9) Cf. *Horticulture belge*, avril 1965.

5. L'expansion de l'horticulture azuréenne

Dès le dix-huitième siècle le climat méditerranéen permet un essor original et inattendu : de nombreux étrangers se fixent dans divers sites de la Provence et l'on a le témoignage du docteur Tobie Smolett (10), littérateur anglais qui, aux environs de 1764, indique : « Ce ne sont que jardins remplis d'orangers, de citronniers, de bergamotiers de l'aspect le plus exquis. Des carrés de roses, d'œillets, de renoncules, d'anémones, de marguerites épanouies avec une beauté, une vigueur, un parfum que jamais fleur d'Angleterre n'a égalés. » Plus loin, il ajoute que « les roses et les œillets sont expédiés à Turin, Paris et même Londres. On les emballe dans une boîte de bois, pressés les uns contre les autres, sans leur faire subir aucune préparation. La personne qui les reçoit coupe le bout des tiges et les plonge pendant deux heures dans de l'eau vinaigrée, ce qui leur conserve leur fraîcheur et leur beauté ».

En s'installant vers 1787 dans le nouveau faubourg de Nice, loin de la « Vieille Ville », dans le quartier de Croix-de-Marbre (en souvenir d'une halte du Pape), les Anglais construisent le long du *Camin dai Anglès*, en bordure du front de mer, des villas entourées de vastes jardins. Leur goût du *jardin à l'anglaise* doit s'adapter à la flore locale et même exotique. Ils sont souvent regardés d'un œil curieux, voire amusé par les membres de l'aristocratie locale qui habitent des demeures inspirées de la Renaissance italienne, avec des jardins où se développent terrasses, balustrades, escaliers décoratifs, longues perspectives. Certains de ces jardins subsistent encore partiellement, beaucoup ont disparu : c'étaient les villas Arson, Mendiguren, les domaines de Châteauneuf, du Piol, de Valrose, de Chambrun, de Pierlas. La villa Thuret à Antibes (actuel jardin botanique) créée en 1856, rappelle cet ordonnancement. Les jardins publics, eux aussi, se développent dans Nice : en 1867, c'est la construction d'un jardin suspendu sur le Paillon, en 1894, c'est l'inauguration du jardin Albert I^{er}. De nombreuses villas, véritables châteaux, s'entourent à la fin du siècle de somptueux jardins ; l'histoire retiendra les villas "Endymion", à Cannes, "Masséna", à Nice, "les Cèdres", à Saint-Jean-Cap-Ferrat, "Eilenroc", à Antibes, "Léopolda", à Villefranche, le château de Malbosc, à Grasse.

Le développement de tous ces jardins exigeait une production importante d'arbres, d'arbustes et de plantes d'ornement. C'est donc pour un débouché local que la Côte a constitué son premier patrimoine horticole. Si le poète Alphonse Karr, proscrit par Napoléon III, créa un célèbre établissement, en 1854, Besson a fondé le plus ancien en 1836. Ce mouvement est encouragé par des associations privées ou publiques : le parc aux Roses est créé à Nice, en 1880, la Société Florale en 1881 ; tandis que Cannes, Antibes, Golfe-Juan recevaient un grand nombre d'horticulteurs, la firme Vilmorin-Andrieux créait, en 1886, au Cap-d'Antibes, des cultures de primevères de Chine et de cyclamens de Perse Dans son pamphlet mensuel, devenu depuis son exil, *Les Guêpes Niçoises*, Karr fait paraître, en 1854, une annonce restée célèbre :

« Il y a quelques-uns de nos lecteurs qui ne savent probablement pas que je suis fermier et jardinier à Nice, mais fermier et jardinier pour de bon, fermier avec des vaches, des poulets, des canards, etc. Jardinier et maître et seigneur d'une forêt de cinq mille rosiers. Par ces présentes, je leur notifie et je leur fais savoir, ainsi qu'à ceux qui connaissent mon établissement :

1° que pour nous l'hiver est fini ;

2° que voici les violettes qui fleurissent en pelouses bleues sous les orangers chargés de fruits mûrs ;

3° que les anémones bleues, écarlates et panachées s'épanouissent ainsi que les jacinthes ;

4° que nous avons encore des roses, des camélias, du réséda ;

5° que l'on peut commander à ma ferme des bouquets qui, soigneusement emballés, arrivent à Paris en deux jours, parfaitement frais, comme j'en fais de nombreuses expériences.

---

(10) Voir *R.H.*, 1960.

« En écrivant par la poste six jours d'avance, ou trois jours d'avance par télégramme, on peut recevoir, à Marseille, Paris ou Lyon un énorme bouquet de violettes de Parme de 35 centimètres de diamètre pour douze francs, caisse et emballage compris. De même que toute espèce d'autres bouquets. Ecrire à M. Alphonse Karr, jardinier à Nice-Maritime, Etats Sardes. »

Dans d'autres textes, Karr indique comment il eut l'idée de confectionner des bouquets : « J'en avais fait venir quelques-uns des bonnes faiseuses de Paris pour étudier leur manière, je l'avais modifiée et variée. » Ainsi la floriculture a pris, peu après le rattachement de Nice à la France, un essor décisif. Deux cultures sont désormais essentielles : l'œillet et la rose, puis viendront s'ajouter le mimosa et les fleurettes.

En 1870, les moines du monastère de Saint-Pons, à Nice, en concurrence avec certains Antibois, dont Balthazar de Barquin, cultivaient 4.000 plants d'œillets pour alimenter le marché niçois. Il faut attendre en réalité 1870 pour assister aux débuts de la culture sur les coteaux niçois, de Caucade à Saint-Antoine. Tandis que la culture s'amplifie à partir de 1885, les premières variétés sont mises au point (en 1857 « Souvenir de la Malmaison », en 1900 variété de « Marmion », pour ne citer que les principales parmi des dizaines). Un grand nombre d'hivernants se sont groupés dans une *Société Florale de Nice* qui a entrepris de mettre en valeur un domaine après avoir procédé à l'arrachage de vignes et d'oliviers. Du 15 novembre 1884 au 15 avril 1885, les résultats sont les suivants : 1.565 douzaines d'œillets grandes tiges (chacun avec une fleur épanouie et plusieurs boutons), 865 douzaines de petites tiges (vendues 0,60 F au lieu de 1,20 pour les premières), ce qui représentait un revenu brut de 16.000 francs à l'hectare.

L'œillet connaît alors une curieuse histoire : les premiers œillets, au milieu du siècle, sont dits « lyonnais », car ils ont été sélectionnés par des horticulteurs de cette région. Lorsqu'un fleuriste français, Cl. Marc, introduit aux Etats-Unis, à Bloomingdale (N. Y.), des plants lyonnais, les Américains commencent une rigoureuse sélection pour trouver des variétés à tige résistante et à calice fermé. Ces nouvelles variétés sont aujourd'hui revenues en Europe, sous le nom d'œillets américains ou œillets SIM, du nom d'un des obtenteurs. La variété dite Flamande, surtout cultivée en Belgique et dans la région lilloise, eut son heure de gloire à la fin du siècle, avant de disparaître des marchés.

Dès le début du vingtième siècle, les coteaux niçois et ceux de Saint-Laurent, sur la rive droite du Var, connaissent l'irrigation par des canaux, ce qui facilite le développement des cultures d'œillets. De la culture de plein air on passe souvent, pour améliorer ou hâter la récolte, à des cultures sous paillassons ou même sous serres. La superficie atteint ainsi, en 1930 : 1.150 hectares, elle franchit le cap des 2.000 hectares, dans le département des Alpes-Maritimes en 1955.

6. L'horticulture dans la banlieue parisienne

Dans la région parisienne également, l'horticulture ornementale, sous l'impulsion de la royauté, a pris un rapide développement. De grandes entreprises se sont constituées, comme la firme Vilmorin-Andrieux.

Au milieu du dix-huitième siècle, la maison existait déjà sur l'emplacement qu'elle occupe encore aujourd'hui à l'enseigne du « Coq de la Bonne Foy ». Elle faisait le commerce de plants et d'arbres, de graines de toutes sortes et de bulbes de Hollande (11). Pierre Andrieux la dirigeait, non seulement en commerçant avisé mais également en homme de science puisqu'il est l'auteur d'un manuel botanique et d'une *Histoire des Fraisiers*, ouvrages

---

(11) Renseignements aimablement communiqués par la Maison Vilmorin-Andrieux.
Voir également PHILIPPONNEAU, *La vie rurale dans la banlieue parisienne*. Thèse Lettres, 1956.

très remarquables pour l'époque. Déjà, avant Parmentier, il s'intéressait à la culture de la pomme de terre.

Botaniste du Roi, Pierre Andrieux s'associa à un jeune gentilhomme lorrain comme lui passionné de botanique, Philippe-Victoire LEVEQUE de VILMORIN, qui épousa sa fille en 1774. Après la mort de P. Andrieux, la maison prit le nom de VILMORIN-ANDRIEUX qu'elle a toujours conservé depuis lors. Le commerce des graines a eu peu d'importance en France jusque vers le milieu du dix-septième siècle, la plupart des cultivateurs et des jardiniers récoltant eux-mêmes les graines dont ils avaient besoin. Les jardins étaient peu florifères. La plupart offraient des dispositions qui rappelaient les dessins insérés dans les ouvrages publiés en 1639 et 1651 par *CLAUDE MOLLET* et *JACQUES BOYVEAU*, jardiniers de Louis XIII, comme modèle à suivre dans la création de parterres à broderies, de parterres gothiques ou de jardins bouquetiers, suivant l'expression d'*OLIVIER DE SERRES*, parterres dans lesquels le buis nain, les arbrisseaux d'ornement taillés en boule, et les boulingrins jouaient un rôle très décoratif.

Ces parterres à broderies ou à compartiments se prêtaient très bien à la culture des tulipes, des jacinthes, des narcisses, des anémones, des renoncules, plantes à fleurs printanières qui avaient passionné un grand nombre d'horticulteurs.

D'ailleurs les plantes florales annuelles étaient alors peu nombreuses et, suivant le *Manuel complet du jardinier*, Paris, jusqu'à la fin du dix-septième siècle, ne posséda pas de fleuristes faisant le commerce de plantes étrangères. On avait pour guide, dans la culture des jardins, le livre de *PIERRE MORIN* intitulé *Remarques sur la culture des fleurs* (1689) et l'ouvrage de *DARGENVILLE-DEZALLIER*, publié en 1733 sous le titre de *Théorie et pratique du Jardinage*.

C'est lorsque les parterres à broderies firent successivement place aux jardins français et aux jardins à l'anglaise que l'on comprit la nécessité d'abandonner un peu les plantes bulbeuses et les plantes vivaces qui étaient à la mode, et d'une culture facile, pour cultiver un plus grand nombre de fleurs annuelles et bisannuelles. L'introduction, en France, vers 1733, de la reine-marguerite, seconda heureusement cette innovation. Cette plante tint la première place dans la grande fête qui fut donnée à Louis XV, en septembre 1772, dans les jardins de Trianon.

Au nombre des quelques maisons qui secondèrent ce progrès et contribuèrent à propager les plantes légumières, florales et agricoles, introduites en France comme plus méritantes que celles qu'on y cultivait depuis des siècles, on distinguait celle qui avait pour enseigne : *Au coq de la bonne foy*.

Dès avant 1771 la maison avait commencé à publier, avec la collaboration de Duchesne, professeur d'histoire naturelle, des catalogues raisonnés de graines, de plantes et d'arbres. Ces catalogues, les premiers de ce genre qu'on vit en France, sont intéressants à consulter. Celui que la maison Andrieux-Vilmorin publia en 1778 comprend 148 pages in-12° ; les noms des plantes et des arbres y figurent en français et en latin. On y compte 184 plantes légumières, 24 plantes aromatiques, 148 plantes florales avec leur variété, 200 arbres fruitiers, 152 arbres et arbrisseaux d'ornement de pleine terre, 34 arbres d'orangerie et la nomenclature de toutes les semences utilisées en médecine. Ce petit volume renferme, en outre, des notions sur la culture des plantes fourragères et des plantes industrielles qui, à cette époque, n'étaient pas encore très répandues ; sur le chaulage des semences de blé, sur la confection des couches nécessaires pour la culture des primeurs.

Philippe-Victoire de Vilmorin fit partie, avec Parmentier et Cels, du *Comité de l'Agriculture et des Arts*, institué par la loi du 22 germinal an III. On lui doit un grand nombre de notices sur la culture des navets, du trèfle violet, du colza, du pavot œillette. En 1793, il fit de vains efforts pour que l'on conservât la célèbre pépinière des Chartreux qui occupait 38 hectares. Les arbres et arbrisseaux d'ornement et les arbres fruitiers que la maison de commerce livrait à ses correspondants, étaient multipliés dans une pépinière qu'elle possédait à la barrière Saint-Jacques, et qui était dirigée par un habile horticulteur.

Ainsi s'est constituée une entreprise qui est aujourd'hui une des plus belles réussites commerciales dans le domaine horticole. Les plantes cultivées, extrêmement variées, demandent, pour parcourir d'une façon parfaite toutes les phases de la végétation, dont la fructification et la production de graines est la dernière et la plus importante, des conditions de sol, de climat, d'humidité, extrêmement variables de l'une à l'autre.

Il en résulte la nécessité d'aller chercher, pour chaque genre de culture, les circonstances naturelles les plus propices à la culture et à la bonne maturation de chaque sorte de plante dont on veut obtenir de bonnes graines. De là l'adoption, pour la Maison Vilmorin-Andrieux, d'un système de culture qui n'emploie que la production directe dans des cas assez limités. Chaque culture se fait au moyen de semences fournies par la maison à des cultivateurs connus et éprouvés. Disséminés dans toutes les régions de France et à l'étranger, suivant les circonstances locales les mieux appropriées à la production de chaque variété, ces cultivateurs sont surveillés par un corps spécial d'inspecteurs qui contrôlent toutes les opérations.

La firme Vilmorin-Andrieux se situe, en effet, parmi les plus grandes entreprises fournisseuses de l'horticulture et de l'agriculture, Bien que son chiffre d'affaires ne la situe pas au niveau des grandes entreprises industrielles servant l'agriculture par leurs productions de machines, d'engrais, de produits chimiques et de traitements antiparasitaires, VILMORIN exploite plusieurs marchés. Au marché d'amateurs il fournit les sachets de graines de fleurs et de légumes, ainsi que les produits phytosanitaires, les engrais, les plants de fraisiers, les plantes vivaces, tous les oignons à fleurs, les rosiers et, dans une certaine mesure, l'arboriculture, dans sa Boutique du Quai de la Mégisserie, à Paris.

Vilmorin vend aux amateurs de jardins, par correspondance ou directement dans ses boutiques et succursales de Paris, Rueil, Marseille, Hyères, Limoges, Rennes, Perpignan, Alger, Casablanca, Forli, ou bien encore par son réseau de marchands contractuels et de dépôts formant un millier de points de vente en France.

Vilmorin représente un chiffre d'affaires Clientèle-amateurs de 20 % de l'ensemble du marché français. Ce pourcentage est d'autant plus important que la maison est avant tout productrice de semences et qu'elle n'est pas au premier rang de la production et de la vente des bulbes, des rosiers et plantes vivaces.

C'est à Verrières-le-Buisson, près de Massy-Palaiseau que se font tous les essais d'élevage, de croisement de races et de ces sélections qui assurent à Vilmorin-Andrieux une supériorité incontestable et incontestée. Un laboratoire de génétique muni des derniers perfectionnements techniques et des appareils les plus modernes, servi par un personnel hautement qualifié, permet de faire toutes les expériences et analyses désirées. L'exploitation comporte également des essais de grande culture sur les betteraves, les céréales, les graines fourragères, la culture maraîchère, et enfin les fleurs de pleine terre et de serre. Toute une série de hangars, séchoirs, salles de nettoyage de graines, témoignent des accroissements successifs et de l'importance qu'a pris l'établissement de Verrières.

Tous ces éléments prouvent l'importance nationale d'une des plus anciennes firmes françaises et son évolution vers la recherche, d'une part, et la vulgarisation, de l'autre.

7. La grande floriculture italienne remonte, elle aussi, au XIX^{e} siècle

La province de Pistoia et la Toscane, en général, portèrent leur contribution décisive à l'essor de la floriculture italienne. Parmi les pionniers, rappelons Antonio Bartolini qui, en 1849, créa, dans la vallée de l'Ombrone, la première pépinière de plantes d'ornement et de jardin. L'union de la Toscane au royaume d'Italie et le transfert de la capitale à Florence,

en 1865, favorisèrent le développement déjà bien avancé des pépinières de Pistoia. Les plantes d'ornement qui, aujourd'hui, embellissent le Viale dei Colli, le piazzale Michelangelo, les Cascine et autres lieux florentins renommés proviennent de Pistoia.

Tout cela démontre qu'en Toscane, depuis 1880, on avait compris quelle importance économique pouvait représenter la floriculture développée sur une grande échelle. En 1881, Penzi écrivait (12) :

« Le commerce d'exportation de fleurs fraîches coupées a pris une direction des plus favorables et, tandis qu'autrefois on se limitait aux fleurs de camélias des jardins de Florence et des campagnes de Lucques, aujourd'hui on expédie en plus, pendant l'hiver, des œillets, des violettes de Parme, des roses, des jacinthes romaines, des muguets et des acacias, des orchidées, etc. Les plus grosses demandes nous parviennent de la ville de Rome, de Milan, de Turin, de Venise et pour l'étranger de Trieste, Vienne, Prague et Berlin. Et, puisque les expéditions que font actuellement nos horticulteurs ne sont jamais suffisantes pour couvrir les demandes, il est souhaitable que cette industrie prenne peu à peu de plus vastes proportions et qu'elle fasse surgir pour notre pays une source de richesse. »

En 1899, Florence avait son marché aux fleurs qui se tenait sous les loges du Mercato Nuovo ou de Por Santa Maria, tandis que Pistoia ne l'eut qu'en 1892. Il se tenait sur la Sala. Ce furent probablement les deux premiers marchés de fleurs coupées du monde.

En même temps s'organisait la floriculture ligure. Vers 1850 son berceau fut Nice, alors piémontaise. En 1865, commencent les premières cultures industrielles de violettes à parfum, à Taggia. En 1874, Ludovic Winter, après avoir dirigé la construction du jardin Hambury, à La Mortola de Vintimille, s'établit à Bordighera et commence les cultures de plantes d'ornement, de palmiers pour les palmes, de rosiers, de mimosas et d'autres espèces encore. Le premier il a lancé la culture de la rose (variété Safrano) dès 1874. La construction de la voie ferrée Gênes-Vintimille permet à la première maison d'expédition de fleurs d'ouvrir en 1875 à Bordighera. En 1875, Giuseppe Lamberti avait installé la première roseraie dans les Braie de Comporosso et, la même année, débute la culture à Bordighera. L'œillet n'est cultivé qu'en 1880 par le Lyonnais Guillard dans la région d'Ospedaletti. D'autres pionniers de la floriculture ligure furent Enrico Notari à Latte de Vintimille, Brambilla Viacavera et le commandeur Costanzo Aicardi, de San Remo. Winter et Lamberti commencèrent le premier commerce de fleurs coupées pendant l'hiver, après la construction de la voie ferrée Gênes-Vintimille, exportant dans les villes de l'Italie du Nord d'abord, puis en Allemagne et en Suisse ; un courant commercial s'était aussi créé vers la France. En 1880, les expéditions de la floriculture ligure atteignent une centaine de paniers par jour. Quarante neuf années plus tard, en 1929, à l'occasion du congrès floricole qui se tint à Vintimille, on signalait les superficies suivantes :

Roses	600- 700 ha
Œillets	1.600-1 800 ha
Fleurs à bouquets	250- 300 ha
Acacias	60- 80 ha
Asparagus et plantes à feuilles	30- 40 ha
Bulbes et plantes grasses	20- 30 ha
Superficie totale	2.560-2.950 ha

Cette superficie, proche de 3.000 hectares, fut la plus vaste cultivée avant 1946.

(12) Puccini, *La floricoltura italiana.* « Scienza e Lavoro », 10, 1960.

Les cultures, à l'origine, étaient peu nombreuses et faites avec des méthodes très empiriques. Les fleurs étaient, dans la plus grande partie des cas, ramassées dans les nombreux jardins des villas et des différentes villes de la Riviera. Ce n'est qu'en 1900 que la floriculture devient cohérente et, en 1904, la superficie était évaluée à 350 hectares comprenant les cultures spécialisées et les palmeraies. La production commercialisée était d'environ 15.000 quintaux. Par la suite, étant donné les résultats encourageants fournis par les cultures, la mauvaise situation de l'agrumiculture, la culture des fleurs s'étend au préjudice des agrumes d'abord, des oliviers ensuite. En 1913, la surface est de 800 hectares environ, répartis entre San Remo et Vintimille. Entre 1919 et 1925, la région de Taggia est alors gagnée par la floriculture (total de 1.600 hectares vers 1921). Beaucoup d'ouvriers agricoles émigrés sur les coteaux niçois où ils ont appris les façons culturales, reviennent s'installer dans la province d'Imperia et contribuent au rapide progrès des surfaces horticoles.

La grande floriculture italienne a donc environ soixante quinze ans. Mais elle a fait en trente ans plus de progrès que depuis ses origines. L'Institut Central de Statistique de Rome indique pour le premier relevé du cadastre agraire en 1929, pour la province d'Imperia seule, 2.700 hectares comprenant cultures spécialisées, *coltura promiscua* et palmeraie. En 1930, pour l'ensemble du territoire italien, 4.000 hectares sont recensés, fournissant une production de 320 millions de lires. Les années suivantes dénotent l'influence de la crise économique mondiale : 1.700 hectares, en 1936, pour une production effondrée à 108 millions de lires (la Ligurie figurant pour 1.350 hectares). A la veille de la guerre, le développement a repris, pour peu de temps il est vrai : 2.400 hectares au total dont 1.573 en cultures spécialisées en Ligurie (1941). Les fleurs ont presque disparu de la campagne ligure pendant la guerre. Dans l'été 1944, on se bat sur les collines de Vintimille. L'année catastrophique est 1945 avec seulement 642 hectares.

La guerre terminée les cultures reprennent leur essor, timidement d'abord, puis franchement : 1.087 hectares, en 1949, en Ligurie et 2.400 pour l'ensemble de l'Italie, et la Ligurie donne encore l'exemple du développement avec 2.735 hectares en 1955 ; 3.450 hectares en 1963 sur 7.500 dans l'ensemble (à noter sur ce dernier chiffre près d'un millier d'hectares sous verre ou sous abri de matière plastique). La production atteint dès lors des dizaines de milliards de lires : 48 milliards en 1960. La conquête de nouvelles terres est plus lente, en 1957 seulement, la superficie mise en culture en 1929 est dépassée. Trente années de stagnation et de crise, mais aussi de fascisme. Les producteurs ont dû pendant cette période se plier à une réglementation sévère sur la qualité, on leur a donné, bon gré mal gré, le goût de la coopération ; ils prennent ainsi l'habitude de l'organisation du travail et modifient leur mentalité individualiste, ce qui leur donne un net avantage sur leurs voisins français plus indisciplinés.

Autrement dit, seule l'expansion des communications a permis, au dix-neuvième siècle la constitution des régions de floriculture. Sans la mise en place d'un réseau ferré dense, l'amélioration des routes et l'utilisation au vingtième siècle du camion isotherme, sans l'énorme urbanisation consécutive d'ailleurs au progrès des communications, jamais la production ornementale ne se serait développée, n'aurait dépassé le stade d'une culture de banlieue. Lorsque après 1875 le train, en Italie et en France, permet d'expédier rapidement, dans un délai prévu, des fleurs fraîches vers les villes de toute l'Europe, lorsque, dès 1929, certains floriculteurs italiens envisagent des expéditions par avion, réalisées à grande échelle à partir de 1946, à chaque progrès des moyens de transport correspond un développement de la floriculture. On peut même affirmer que la mise au point, de nos jours, de la conservation des fleurs dans une atmosphère enrichie en azote permettant un prolongement du délai de vente, offre de nouvelles possibilités d'expansion à l'horticulture. Cet étonnant essor n'a été permis que grâce à la démocratisation du marché de la fleur. De sorte que de nombreux concurrents sont apparus en face des trois producteurs traditionnels.

8. Production et consommation actuelles

Après une longue évolution où Italie, France et Pays-Bas ont été les précurseurs, la plupart des pays d'Europe se sont intéressés à la floriculture. Consacrant des surfaces plus ou moins importantes à la culture ornementale, ils sont tous utilisateurs de ses produits.

La production horticole et florale, malgré son expansion, est souvent insuffisante pour satisfaire *les besoins croissants de la clientèle* (besoins qui évoluent plus vite que la production elle-même freinée par les contingences naturelles). La floriculture est à l'origine d'un important commerce. Les échanges sont déterminés non seulement par les régions de production mais aussi par les goûts des habitants des différents pays. Trois catégories de pays apparaissent ainsi. Pour satisfaire les demandes des marchés nationaux, des pays jadis importateurs sont devenus producteurs. La Suisse, par exemple, avec la floriculture de la région zurichoise et celle des bords du Léman assure une grande partie de sa consommation. Les Scandinaves, Norvégiens, Suédois et Finlandais sont également en voie d'équipement, mais du fait de la rigueur du climat et surtout de la faiblesse de l'insolation, ils doivent produire en grande partie sous serre, ce qui augmente le prix de revient.

D'autres pays gros producteurs (France, Royaume-Uni et Allemagne Fédérale), représentant cent cinquante millions de consommateurs, doivent consacrer toute leur production au marché intérieur, et seule la France réalise quelques faibles exportations, tandis que les deux autres nations sont importatrices, surtout l'Allemagne Fédérale.

Une troisième catégorie de producteurs enfin est résolument tournée vers l'exportation : il s'agit de deux producteurs méditerranéens et de deux producteurs nordiques. L'Italie, bien que devant satisfaire une consommation intérieure en expansion, est le premier exportateur européen (23,3 millions de dollars U.S. en 1963), l'Espagne, en Catalogne, équipe une floriculture pour l'exportation. Dans les régions nordiques, deux États sont aussi exportateurs. Comme pour la région méditerranéenne, l'un est ancien, l'autre est un nouveau venu. Les Pays-Bas et leur province de Hollande sont depuis le dix-huitième siècle, on l'a vu, des spécialistes de la floriculture et de la bulbiculture. Ils ont varié leur production et, à l'heure actuelle, ils figurent dans les statistiques de toutes les productions ornementales, bien souvent dans les premiers rangs européens (exportations pour une valeur de 22,7 millions de dollars U.S., en 1963). Le Danemark, au contraire, est un producteur tout récent ; sa vitalité et sa force d'expansion n'en sont que plus remarquées. Il ne vise pas la satisfaction d'un petit marché intérieur, mais utilise sa position pour envahir les marchés allemand et scandinave.

La France se place au premier rang, sans doute, de la production florale, suivie de près par l'Italie qui, avec quelques années seulement de décalage, connaît la même évolution de la production et des surfaces. Viennent ensuite deux pays industrialisés, très peuplés, gros consommateurs, gros importateurs ; ce sont l'Allemagne Fédérale et le Royaume-Uni. Ces quatre grands ont une énorme avance sur leurs suivants. Ils ne détiennent pas pour autant le marché floricole européen, bien au contraire : sur ces quatre, trois ne sont pratiquement pas exportateurs (France, Royaume-Uni et Allemagne Fédérale). L'Italie seule est exportatrice. Les Pays-Bas, au cinquième rang de la production, sont au contraire des concurrents dangereux pour les producteurs méditerranéens, car pour eux la floriculture est un élément essentiel de l'équilibre économique : ils doivent vendre à l'étranger et sont placés à proximité des grands centres de consommation.

On arrive alors à des producteurs secondaires pour ne pas dire mineurs si l'on considère les superficies mises en culture, mais parmi eux, deux catégories se distinguent nettement : Scandinaves, Autrichiens, Suisses avec 400 à 700 hectares en cultures, travaillent souvent sous abri ou sous serre pour obtenir des plantes et des fleurs de qualité pour le marché national ; au contraire, les Belges et les Danois sont tournés vers la spécialisation : les plantes vertes ont longtemps été un monopole belge, tandis que les Danois ont choisi quelques plantes, *asparagus*, jeunes plants, boutures, qu'ils vendent dans l'Europe entière et même en Afrique.

Les Espagnols enfin, très loin des gros producteurs, mais ne disposant que d'un marché intérieur limité, profitent ainsi d'un bel excédent pour le diriger vers l'exportation.

Ainsi les courants naissent entre différentes nations ; les grands marchés de consommation sont l'objet d'une lutte âpre entre les différents pays producteurs, surtout méditerranéens. Au moment où la surproduction ou la saturation des marchés de production allait atteindre certains pays qui réclamaient des protections douanières, voilà l'installation de la Communauté Economique Européenne qui, en faisant disparaître les frontières, bouleverse avant même les circuits commerciaux, les régions de production. Les azalées françaises et danoises concurrencent les productions belges, les œillets SIM des Hollandais l'emportent sur les œillets ligures, les bulbes hollandais pénètrent facilement en France et en Allemagne, mettant en péril la production locale. Ainsi, dans les pages consacrées aux régions de production, faudra-t-il faire sans cesse appel à des questions de concurrence, de circuits commerciaux, de rivalités de capitaux. Cette étude du marché, qui est le véritable moteur de la floriculture, demande à être regroupée, dans sa réalité globale et instable. Ce sera l'objet de la dernière partie.

L'Europe constitue bien actuellement le premier marché mondial de la fleur. Les Etats-Unis, dans la mesure où l'on peut estimer leur marché, consomment moins de fleurs coupées (13), s'intéressant davantage à des produits de pépinières pour leurs jardins particuliers.

Ainsi, les conditions très particulières de la production florale nous conduisent à scinder en deux parties son étude, en exposant d'abord les conditions techniques qui revêtent une exceptionnelle importance, puis en classant les types de régions productrices.

---

(13) Documentation de l'Université d'Ithaca ; correspondance.

II. LES VICTOIRES DE LA TECHNIQUE ET DE LA SCIENCE

CHAPITRE PREMIER

LA PRODUCTION DES PLANTES ORNEMENTALES

On serait tenté, en ce début, de donner des indications culturales, certes intéressantes, mais qui, dans la mesure où elles seraient trop complètes, tourneraient au traité de floriculture. Ce n'est point notre propos ; d'autres d'ailleurs l'ont déjà en grande partie réalisé (1). Il est toutefois indispensable de connaître un certain nombre de données techniques qui, dans le cadre d'une étude géographique de la floriculture, permettent d'éclairer certains aspects tout en précisant les variétés cultivées et en montrant, par quelques exemples, la complexité des méthodes de culture.

Pour gagner du temps, les horticulteurs établissent des cycles de production accélérée, s'efforçant de tenir compte le moins possible de la nature et surveillant surtout la conjoncture économique. Ainsi, avant même de parvenir à l'étude régionale de la production et à celle de la commercialisation des fleurs, est-on déjà obligé de mentionner en filigrane les impératifs de marchés. La technique en effet doit sans cesse permettre aux producteurs de s'adapter aux conditions du marché en lui fournissant les éléments d'une vente intéressante à une date précise.

---

(1) Bossard, *Cultures florales*, 421 p., 1960. Baillère. Ouvrage de base en langue française sur les techniques floricoles. On peut aussi consulter :
Chadefaud et Emberger, *Traité de Botanique*, 1960.
Bohn Rudolf, *Die Technik im Gartenbau*. Stuttgart, 1959.
Guide National de l'Agriculture, 2 vol. Solar, éd., 1958.
Barbey P., *Arboriculture ornementale*. Lausanne, 1963.

1. Les plantes d'ornement

Toutes les espèces florales, dans une certaine mesure, de même que la plupart des plantes, entrent dans la catégorie des plantes d'ornement. En effet tous les végétaux cultivés pour la production des fleurs coupées, peuvent être et sont parfois cultivés comme plantes ornementales. Les rosiers sont le plus bel exemple en fournissant à la fois des fleurs coupées et une grande variété d'arbustes d'ornement. Cette catégorie éliminée, il reste un très grand nombre d'espèces. On peut les classer en plusieurs groupes. Il existe d'abord des plantes exigeant leur remplacement après une ou deux années de culture : elles sont dites annuelles ou bisannuelles. Quand elles ne meurent pas elles ne portent plus les mêmes floraisons et ne sont plus intéressantes pour l'horticulteur ou le jardinier et sont détruites. Giroflées, pivoines, pois de senteur, zinnias, soucis, primevères sont dans ce cas. On rencontre ensuite comme plantes de serre des variétés rustiques ou non, à fleurs ou à s i m p l e feuillage sur lesquelles porte l'essentiel des cultures sous serre.

Viennent en tête les plantes molles, comme les bégonias et les coléus, les plantes à feuillage ornemental : aracées (philodendrons et scindapsus), asparagus (*plumosus et springeri*) puis cissus, croton, toute la gamme des ficus, celle des fougères (néphrolépis) et ptéris sont les principales), les palmiers (*phoenix et kentia*), les sansévérias et tradescantias. Les plantes à fleurs constituent un groupe important : anthurium, broméliacées (*billbergia, vriesea, nidularium*), gerbera, kalenchoe, saintpaulia, strelitzia. Les plantes ligneuses à fleurs comprennent les azalées, bouvardia, bruyères, hortensias, poinsettias et même les bougainvillées. Les bulbes sont légion : aux principales plantes issues de bulbes ou de rhizomes comme anémones, jacinthes, narcisses, tulipes, il faut ajouter des plantes moins répandues comme les canna, muguet (*convallaria*), amaryllis (*hippeastrum*), dahlia, freesia, glaïeul, iris, lis, renoncules, arum, gloxinia (2). Le cyclamen dont l'origine se rapproche des plantes bulbeuses se rattache à cette catégorie, tout en restant classé avec les plantes en pots ornementales.

Cette diversité de plantes est encore incomplète dans son énumération. Leurs rangs sont augmentés d'une centaine d'espèces cultivées très localement ou en très faibles quantités, ce qui motive leur absence dans l'énumération ci-dessus. L'origine de ces plantes est très diverse. Certaines proviennent des lieux mêmes où on les cultive, mais un grand n o m b r e a été importé des régions intertropicales des divers continents. Amérique, Afrique, Asie et même Australasie ont fourni, depuis trois siècles, leurs contingents de p l a n t e s ornementales (3). Toutes doivent être cultivées sous serre ou bien dans de savantes rotations où alternent la serre, l'abri et le plein air. Travail minutieux qui réclame patience, expérience et beaucoup de temps.

Les fleurs coupées sont, elles aussi, d'origines très diverses, mais une dizaine d'espèces représente l'essentiel du marché. Œillets et roses se placent en tête, de très loin. Viennent ensuite les fleurs à bouquets dont les principales sont les chrysanthèmes, les mimosas, les asters. Sans cesse objet de la recherche de *cultivars* (4), ces fleurs offrent aujourd'hui quantité de variétés de couleur mais aussi de forme, comme par exemple les m u l t i p l e s *cultivars* de roses et de chrysanthèmes. L'étude de quelques cas précis montrera l'étendue des possibilités offertes aux floriculteurs dans la multiplication et la culture des plantes à fleurs.

---

(2) Dans la suite de l'exposé on a utilisé le terme le plus couramment employé dans le commerce pour désigner les plantes ornementales. On parlera de muguet, de géranium (termes vulgaires) et de phœnix (terme savant).

(3) Cf. les articles de *R.H.* 1964 et 1965.

(4) Nom scientifique d'une variété.

2. Multiplication et production des plantes

Si les horticulteurs s'étaient bornés à cultiver les espèces traditionnelles, s'ils n'avaient pas recherché de nouvelles variétés, le commerce floral au lieu de se développer se serait sclérosé. En effet, et l'expérience le montre sans cesse, la clientèle se lasse très rapidement de l'achat des mêmes espèces et de coloris toujours identiques, vite banalisés. Les acheteurs sont à l'affût du changement, de la fleur ou de la feuille nouvelles. Pour obtenir de nouvelles variétés, les horticulteurs doivent s'appliquer à une recherche incessante de *cultivars*.

Il existe un très grand nombre de méthodes pour obtenir rapidement des plantes (5) : soit en achetant à un certain stade du développement une plante en pot, soit en pratiquant des modes de reproduction accélérée intensifs. Il faut faire appel souvent au bouturage, au semis, mais en serre la simple mise en terre d'une bouture avec un *œil* suffit souvent à créer une plante nouvelle en quelques semaines. On pratique même parfois des incisions au niveau des nervures sur les feuilles posées sur le sol qui donnent une nouvelle plante (par exemple philodendron).

Une variété s'appelle, techniquement, un *cultivar*. Les *cultivars* sont obtenus par des hybridations savantes, souvent pratiquées en laboratoire. Les premiers, cependant, ont été le fait du hasard. Lorsque les hybridations sont trop nombreuses, les plantes deviennent hétérozygotes (les cellules possèdent un gène dominant et un gène récessif) et peuvent donner, au milieu d'une plantation homogène une plante ou une fleur différentes par la forme ou le coloris : c'est un *sport*. Beaucoup de sports sont des monstres et sont éliminés par les horticulteurs, mais certains sont isolés et cultivés minutieusement dans l'espoir de réaliser d'autres croisements. L'œillet William Sim qui est à la tête de lignée des œillets dits *américains* provient d'un sport d'œillets niçois à calice *crevard* (c'est-à-dire éclaté) et a donné, à son tour, en une dizaine d'années, plus de vingt sports de toutes couleurs. L'azalée *M^me^ Petrick* a fourni 35 sports, de 1901 à 1948 (6). Pour conserver ces *sports*, on utilise le bouturage ou le greffage. Il faut s'assurer que les caractères apparus à une génération sont bien héréditaires avant de lancer la variété dans le commerce. Cela exige des cultures suivies pendant plusieurs années.

Lorsqu'une variété est admise au commerce sa multiplication se fait de plusieurs manières, suivant la nature de la plante et la rapidité de développement des différents modes de reproduction. Les semis et les graines sont assez longs à donner des plantes adultes et productives. On emploie beaucoup plus fréquemment le bouturage. La feuille d'un sansévéria qui peut avoir de cinquante à quatre-vingts centimètres est sectionnée transversalement en fragments de quinze centimètres plantés dans un milieu approprié. En quelques semaines de nouvelles feuilles apparaissent. Il en est de même pour les ficus et les philodendrons qui sont fragmentés au niveau de la naissance des feuilles, deux centimètres de part et d'autre de chaque nœud qui donne en quelques semaines une nouvelle plante. Beaucoup de plantes ornementales sont ainsi obtenues rapidement. Les plantes bulbeuses fournissent des bulbes adventices qu'il faut faire grossir pour obtenir de nouvelles fleurs, ce qui procure quantité d'activités annexes. Par contre, les rhizomes d'iris sont séparés, de même que les éclats de strélitzias. On peut utiliser également le marcottage dont l'inconvénient est d'être long ; le greffage, généralisé dans certaines plantes (rosiers). Les œillets sont, à l'heure actuelle, multipliés par bouturage de *méristèmes* au lieu d'utiliser les boutures adventices des tiges florales. Les *méristèmes* (7) sont des fragments de tige dont les cellules sont en état constant de division. Le méristème engendre tous les organes obtenus à partir de pieds-mères, ils sont plus vigoureux puisque la

---

(5) Atkinson, *Multiplication des végétaux sous brouillard artificiel.* « R.H. », 1962.
Puccini, *I Filodendri in floricoltura.* Coltura, ibridazione, selezione. « Informazione Techniche per i Floricoltori », San Remo, 1963, 1964.

(6) Voir Bossard, *Cultures florales,* op. cit.

(7) Voir *R.H.*, sept. 1964 : Morel : *Régénération des variétés virosées par la culture des méristèmes apicaux.*

plante n'est pas en train de fournir toute sa substance à l'élaboration d'une fleur. Ainsi s'explique la généralisation de la production des œillets américains ou des chrysanthèmes à partir de cultures de méristèmes.

3. Méthodes culturales

Les méthodes culturales les plus complexes ne sont pas immédiatement adoptées par les floriculteurs. Les uns, prisonniers d'une certaine routine (mais n'est-ce pas plutôt une longue expérience qui les a amenés à une production proche de la perfection, comme les horticulteurs gantois, par exemple ?) hésitent à faire évoluer leur exploitation, à modifier leur équipement. D'autres, au contraire, adoptent systématiquement les nouveautés, investissent de gros capitaux dans des innovations techniques à peine mises au point, et se veulent à la tête d'une élite horticole.

En examinant les besoins des plantes et l'éventail des techniques culturales, on mettra déjà en relief les disparités qui existent au sein des régions floricoles de l'Europe. Les rosiers, les œillets qui fournissent près des quatre cinquièmes des fleurs coupées du monde, les bulbes appartiennent à des catégories auxquelles la science s'attache particulièrement. L'étude des techniques de culture est révélatrice de l'étroite collaboration du savant et du producteur.

a) La culture des rosiers. — Les roses servent de multiples façons dans l'ornementation (8). On constitue des jardins de rocailles, des bordures de rosiers nains. Certains rosiers ont des tiges uniflores, d'autres pluriflores, d'autres sont pleureurs, d'autres enfin garnissent en grimpant porches et pergolas. Depuis longtemps on ne plante plus de rosiers sauvages dans les jardins et les rosiers cultivés doivent leur origine à des processus artificiels, étrangers au comportement de l'espèce. A la différence des rosiers sauvages, ils n'ont pas la faculté de naître et de se développer seuls. Par suite des croisements dont ils sont issus, ils sont devenus des hybrides complexes et ce qu'ils ont gagné en perfection l'a été aux dépens de leur possibilité de perpétuation. L'homme doit intervenir obligatoirement pour assurer la reproduction des variétés de rosiers cultivés. Cette reproduction se fait par voie asexuée, notamment par greffage d'un œil de la variété à multiplier sur un porte-greffe approprié.

Depuis longtemps on cherche à perfectionner les roses en partant d'espèces sauvages ou même d'hybrides. Il faut attendre 1930 pour assister à la naissance d'une technique nouvelle, date à partir de laquelle les obtenteurs de variétés nouvelles sont protégés par la loi aux Etats-Unis. Le *Plant Patent Act* stimule les obtenteurs qui s'efforcent, dans de grands établissements spécialisés, aidés par des budgets importants, de satisfaire les goûts de l'immense marché américain. Les Européens même sont tentés par le marché d'outre-Atlantique et l'alimentent dès avant la guerre.

Pour créer une rose nouvelle, l'on suit presque toujours le processus suivant. Avant que les organes de reproduction aient atteint leur maturité, la fleur choisie comme porte-graine est débarrassée de ses pétales. Elle est ensuite privée de ses étamines porteuses d'un pollen indésirable. Lorsque les pistils de la rose castrée sont arrivés à maturité, le pollen étranger

---

(8) Documentation Meilland-Richardier. Dactyl. Antibes - Lyon.
La plantation des rosiers. J.F., 6-1957.
G. Puccini : *Ricerche sulla nutrizione della rosa ibrida rifiorente.* A.S.A., 6-1958.
Le rose in serra. « Italia Agricola », 3-1965.
La forzatura della Rosa. Atti del convegno sulla forzatura in floricoltura. Genova, 1965.

1. CULTURE DE ROSIERS SOUS SERRES

Serre à armature métallique ; irrigation par tuyau asperseur suspendu. En fin de cycle de production, les fleurs n'ont pas été coupées.

recueilli de la rose-père vient alors féconder la rose-mère. Un capuchon protecteur empêche tout autre dépôt de pollen. Des fruits qui naissent ultérieurement sont extraites des graines dont les cellules sont biologiquement différentes de celles qui seraient provenues d'une autofécondation puisqu'elles résultent de la fusion des deux cellules empruntées chacune à un géniteur différent.

Les graines sont ensuite semées dans les meilleures conditions de germination. Trois mois après apparaissent les populations hétérogènes artificiellement formées. Ces jeunes rosiers, à partir du moment où apparaissent leurs feuilles, doivent faire l'objet de soins constants pour les aider à se défendre contre les maladies cryptogamiques dont les sujets faibles sont la proie et qui risquent d'atteindre les sujets forts par contagion. Ils se trouvent porteurs de petits boutons où s'affirment les caractères d'un des deux géniteurs (coloris). Une première sélection fait disparaître les sujets indésirables. Les jeunes rosiers sont ensuite arrachés et repiqués dans des banquettes où est pratiquée la culture hydroponique (9). En trois années de culture dans ce milieu, les rosiers se développent facilement. Un an après le repiquage, les rosiers commencent à être étudiés en détail : leur forme, leur végétation, leur couleur, l'originalité de leurs fleurs sont retenues. On élimine les rosiers qui ne présentent pas d'intérêt. Pendant la deuxième année, des yeux sont prélevés sur ces plantes pour être greffés sur des porte-greffes appropriés, aussi bien en serre qu'en plein air, après rabattage des rameaux de ces porte-greffes. Les plantes ainsi formées prennent l'aspect de véritables rosiers marchands.

Sous cette forme, ils doivent encore subir un certain nombre de tests à la suite desquels s'affirmera leur caractère de nouveauté. On examine la facilité de multiplication, la bonne résistance aux maladies cryptogamiques, l'aptitude de la plante à refleurir, la résistance de la fleur aux intempéries, la productivité qui doit être obligatoirement supérieure ou égale au moins à celle des variétés déjà dans le commerce, la résistance des fleurs à l'emballage, la durée de la fleur et la persistance de son coloris. Ainsi s'opèrent un grand nombre d'éliminations et lorsque les variétés sont obtenues elles sont ensuite mises à l'essai dans les différents pays où se trouvent des filiales de la maison qui les a mises au point, et cela pendant plusieurs années. Quand toutes les conditions sont favorablement réunies, alors la rose est lancée dans le commerce par campagne publicitaire et inscrite dans les catalogues. Les rameaux cultivés en pépinières, porteurs des yeux, sont stockés dans des chambres frigorifiques pour pouvoir répondre immédiatement aux commandes. En serre sont reproduits les rosiers destinés à la production des fleurs coupées (voir photo 1) ; les rosiers de jardin sont produits dans des champs en pépinières. Ainsi peut-on reproduire dans des quantités souhaitées, toujours conforme à elle-même, une *plante industrielle* formée par l'obtenteur.

b) La dianthiculture. La culture des œillets est certainement l'élément essentiel de la floriculture (10). Deux espèces se disputent actuellement le marché mondial de l'œillet. La première, ancienne et rustique, se caractérise par un calice éclaté et une très grosse fleur, c'est l'œillet crevard ou niçois. La seconde, plus fragile, possède un calice fermé, long, elle porte le nom de son obtenteur, Sim, ou est dite encore américaine. Dérivant de ces deux groupes principaux d'innombrables variétés ont été obtenues par les producteurs, aussi bien en Italie qu'aux Pays-Bas et en Suède.

A la différence de l'œillet niçois qui n'est plus rentable après une année de culture, du fait de l'absence de demande estivale, l'œillet américain est cultivé pendant deux années, parfois trois (11). Les horticulteurs n'hésitent pas à engager de grosses dépenses d'investissements pour réaliser cette culture car ils sont le plus souvent assurés de prix plus avantageux et plus soutenus que pour l'œillet crevard (voir photo 2).

---

(9) Culture sans sol.

(10) Voir à l'index les nombreuses études consacrées à la culture des œillets.

(11) « Bulletin technique de la Maison Barberet ». Antibes.
Holley, *La production d'œillets de qualité*. F.H., 1-1967.

Toutes les cultures doivent être faites sous serre. De la Méditerranée aux pays scandinaves les œillets américains sont toujours abrités. La culture s'effectue en banquettes cimentées, le plus souvent chauffées, avec chauffage d'appoint contre les gelées dans les régions à hiver doux. Seuls les Toscans ont tenté des cultures en plein air parce que leur production se place essentiellement au cœur de l'été, période où les autres régions méditerranéennes n'approvisionnent pas les marchés. Les cultures sont toutes faites grâce à des boutures obtenues à partir de méristèmes et non de boutures reproduites en coffres comme dans le cas de l'œillet niçois. Ces boutures sont fournies par une dizaine d'établissements spécialisés en Europe qui desservent tout le marché (maisons françaises, danoises, néerlandaises, allemandes et anglaises). Les boutures sont cultivées dans des serres aseptisées, sous brouillard fertilisant, dans un milieu neutre (perlite ou sable) et donnent, en trente à quarante jours, des boutures prêtes à la commercialisation. On peut alors les stocker dans une chambre froide en attendant l'expédition. Du fait de leur grande vogue, les variétés d'œillets américains sont l'objet d'une énorme recherche scientifique, publique et privée.

La première qualité de cet œillet est d'avoir un calice fermé, mais il lui arrive parfois d'éclater ; les sépales s'écartent et libèrent les pétales, pour des raisons culturales ou thermique, et sa valeur marchande baisse ainsi. Les chercheurs mettent au point chaque année de nouvelles variétés ; et si quelques-unes sont de magnifiques réussites de couleurs composées, les coloris traditionnels restent les plus demandés. Sur quelque cent variétés mises au commerce, une vingtaine seulement assurent la production principale. Ces variétés sont blanches ou pâles et sont produites en fin de printemps (mai-août, période des mariages). Ce sont : Ivory, William Sim Blanc, Peppermint Sim (strié de rose), White Sim ; les autres en période automnale et hivernale (roses : Crowley's Sim Dusty ; jaunes : Sim Midas, Aristocrat, Harvest Moon ; rouges : Gloire d'Aalsmeer, puis autres variétés d'Arthur Sim, *sport* de Cardinal Sim avec rayures rouges sur fond blanc ; Tangerine, de couleur mandarine).

La plantation est effectuée dans les six premiers mois de l'année en fonction des périodes de récolte escomptées par le producteur. Certains poussent jusqu'à octobre. La récolte est ainsi échelonnée tout au long de l'année. Le sol, au préalable, a été désinfecté et fumé. La fumure de fond est composée de fumier de ferme (1,5 tonne à 1,8 tonne à l'are) mélangée au sol à trente centimètres de profondeur avec un rotovator. On mélange également un peu de tourbe ou de terre de bruyère ou du sang desséché. Par la suite, on fera les apports d'engrais solubles en relation avec la nature du sol et les besoins de la plante. Un tuteur circulaire en fil de fer est enfoncé autour de chaque bouture pour la maintenir droite jusqu'à ce qu'elle atteigne le premier rang de tuteurs horizontaux à vingt centimètres du sol. Huit rangées de fil de fer galvanisé sont tendues dans le sens de la banquette de culture et sont fixées à des armatures métalliques. Dans le sens transversal, des fils de coton ou de métal complètent le quadrillage. On peut abaisser successivement du toit de la serre 6 ou 7 filets métalliques au fur et à mesure de la croissance, ce qui élimine les longs travaux de tuteurage accompagnant la culture de l'œillet niçois.

Dès lors la culture se développe sans aléas, et il faut attendre les premiers pincements (suppression des tiges adventices sur les tiges principales) pour déterminer la période de floraison : pour les œillets plantés en mars-avril, le premier pincement a lieu en mai-juin au-dessus du quatrième ou cinquième nœud. Il en résulte la formation de quatre à six tiges florales. Le second pincement est réalisé au moment de la cueillette des premières fleurs (après quatre mois environ) mais si l'on veut davantage de tiges florales pour la production hivernale on peut opérer un nouveau pincement en cours d'été. On obtient ainsi six à huit fleurs par an. Pendant toute la culture les traitements antiparasitaires doivent être minutieusement réalisés à intervalles réguliers. Cela dépend à la fois des conditions locales de croissance et aussi de la situation climatique de l'année. A l'automne, il faut surveiller les tiges florales qui ont tendance à trop porter de boutons. Avec précaution on détache celui des boutons qui apparaît le moins apte à donner une belle fleur. Il faut souvent faire ce travail pendant tout l'hiver, les plantes ne portant pas toutes en même temps deux boutons adventices.

Le résultat d'une telle culture est brillant. A part quelques obtenteurs ligures ou

azuréens qui ont des œillets crevards capables de supporter la comparaison, la plupart des *œillets niçois* sont de qualité et d'aspect beaucoup moins beaux que les *œillets américains*. Il en résulte les différences de prix qui permettent de rattraper les énormes dépenses consenties. Le prix de la botte d'œillets américains varie du double au quadruple par rapport aux œillets niçois, moins délicats et plus rustiques. Toutefois les œillets américains abrités dans les serres n'ont pas connu le vent, l'air frais, qui rendent les tiges robustes et les fleurs résistantes. Le conditionnement de telles tiges et la fragilité de telles fleurs exigent de très grandes précautions à l'emballage et au transport. La composition des bouquets réclame souvent des feuillages pour redresser les tiges dans le vase. Ainsi s'explique l'énorme production européenne et nord-américaine d'*asparagus*.

c) La bulbiculture. — Les plantes bulbeuses se divisent en deux catégories : celles où l'oignon reste vivace pendant plusieurs années (lis, bégonias), et celles où le bulbe, ou le rhizome meurt ou dégénère après une année non sans avoir émis une plante et porté des fleurs (tulipes, glaïeuls). Avant la fin de la saison, les oignons donnent naissance à des caïeux qui conservent mieux les caractères de la variété que les graines. Ce bulbe, ou ce rhizome nouveau, prend ainsi le relais de l'oignon détruit. Cependant ces petits oignons ne peuvent donner dès l'année suivante une nouvelle série de fleurs. Il faut donc les faire grossir dans des champs particuliers jusqu'à ce que leur taille permette de les livrer au commerce. Il y a ainsi d'immenses champs de grossissement, en Hollande, en France et en Italie.

Si l'on s'en tient à la nature, toutes les plantes bulbeuses ne donnent qu'une floraison par an (12). Les tulipes, par exemple, fleurissent vers le mois de mai. Il y a donc engorgement du marché des fleurs coupées à ce moment-là. Aussi beaucoup d'horticulteurs ont-ils cherché à décaler la période de floraison pour étaler la période de vente. On est arrivé à la technique de la préparation thermique.

Tous les bulbes, ou presque, utilisés aujourd'hui en Europe sont importés des Pays-Bas et, plus particulièrement, de Hollande. Le traitement thermique est appliqué soit dans ce pays, soit par la maison d'importation. Il a fallu mettre au point des traitements adaptés à chacune des principales espèces (tulipes, jacinthes, narcisses). En modifiant les conditions thermiques au moment de l'organogénèse florale dans le bulbe, il se produit un retard parfois considérable dans la période de floraison. « La précocité de la floraison des bulbes dépend surtout du climat sous lequel les plantes ont été cultivées pendant l'été précédant le forçage » (Bossard). Pendant longtemps les bulbes hollandais étaient élevés dans le Midi méditerranéen et plantés en Hollande l'année de la floraison. Les bulbes arrachés l'été puis soumis à un régime thermique rappelant celui du Midi permettent d'obtenir des jacinthes fleurissant en fin d'année. Dans un premier traitement thermique à trente degrés les bulbes développent les ébauches florales, par la suite, un régime à basse température (9° à 13°) prépare l'allongement des tiges. Après séchage, les bulbes sont vendus aux forceurs.

Quand un bulbe est en âge de fleurir, il n'est pas immédiatement forcé. La première année il donne (le plus souvent, dans le Bollenstreek hollandais, sa région de prédilection) des fleurs, normalement, en avril-mai. Puis, lorsqu'il a constitué ses réserves, en début d'été, il est soumis à un régime thermique permettant d'obtenir sa floraison à Noël. Les cultures de bulbes non forcés ne peuvent durer plus de trois ans. Les fleurs sont de mauvaise qualité marchande (changement de nature et de couleur de la fleur). Il faut alors les remplacer par un achat de bulbe frais, opération renouvelée chaque année pour les bulbes de forçage. La plupart des bulbes reçoivent ainsi des traitements thermiques pour réaliser un étalement de la floraison.

Les progrès scientifiques viennent sans cesse modifier les conditions de la production. De Lisse et Aalsmeer, aux Pays-Bas, d'Antibes, de San Remo, de Francfort, partent des décou-

---

(12) Voir à l'index les principaux articles traitant de la bulbiculture.

vertes qui améliorent toujours davantage la qualité des fleurs (13). La plante est étudiée dans toutes ses réactions et tous les facteurs de son développement, air, lumière, température, sol, sont scientifiquement déterminés.

4. Calendrier de production

Des données récentes on est en droit de déduire un rythme de production, c'est-à-dire un cycle d'approvisionnement des marchés par les grandes régions floricoles. Ce rythme, en réalité, dépend des conditions bioclimatiques, des techniques, mais aussi de la conjoncture.

Dans les régions floricoles où les horticulteurs cultivent en plein air ou sous un abri rudimentaire, intensité lumineuse, température, rythme des pluies, déterminent les calendriers de production. De tels horticulteurs se rencontrent le plus souvent dans les régions méditerranéennes où la présence d'un climat ensoleillé et relativement chaud favorise l'hiver la floraison des plantes. La production hivernale des fleurs coupées (œillets, roses) permet de trouver, dans toute l'Europe nordique soumise aux frimas, une clientèle très vaste. Les apports sur les marchés s'effectuent selon les caprices du climat : un coup de froid ralentit, une vague de chaleur hâte la floraison. Les floriculteurs subissent, pour l'établissement de leurs prix, la loi de l'offre et de la demande : les prix baissent lors des trop gros arrivages sur les marchés, et montent en cas de pénurie.

Toutefois, pour produire, malgré l'ambiance naturelle défavorable, des fleurs à la mauvaise saison, les horticulteurs des pays froids ont recréé en serres des conditions bioclimatiques extraordinaires. Ainsi, quelle que soit la saison, ils alimentent le marché en produits « forcés ». Il est quelque peu paradoxal de vouloir établir un calendrier de production ; il faut toutefois en connaître les grandes lignes en raison de sa répercussion sur les prix. La destruction de la traditionnelle loi de l'offre et de la demande régissant l'établissement des prix en est la conséquence. En effet, au lieu de subir la loi de la demande (montée des prix en période de fêtes), les horticulteurs étalent leurs offres sur une période plus longue ; ils n'engorgent pas le marché lors de ces mêmes fêtes dans l'espoir incertain d'obtenir des prix rémunérateurs, mais profitent de cours moyens plus stables sur une plus longue période grâce à l'utilisation de variétés hâtives ou tardives ou à l'établissement d'un judicieux programme de chauffage des serres. Les dents de scie des prix sont alors remplacées par une courbe plus harmonieuse.

La demande est cependant plus grande en certaines périodes de l'année : Fête des Mères, Toussaint, Noël - Jour de l'An. La production s'organise pour répondre à l'amplification du marché. A l'inverse des fabrications industrielles, on ne peut stocker la marchandise (sauf quelques cas exceptionnels) en attendant le moment favorable de vente. Chaque horticulteur réalise lui-même les options déterminant son calendrier de travail et de vente pour une ou plusieurs années. Prenons un exemple : un rosiériste met en place une plantation d'une nouvelle variété ; il l'a choisie en fonction de ses aptitudes végétales et des possibilités du marché. Une rose jaune est une réussite pendant une ou deux années : il faut cependant la cultiver cinq sinon huit années pour amortir les frais d'exploitation et réaliser les bénéfices escomptés. Il y a donc des choix heureux et d'autres malheureux, car

(13) La régénération des bulbes par des cultures d'altitude est étudiée par les producteurs azuréens et italiens. Une mise au point a été faite par MONTESI et LAZZERESCHI, *Coltivazione di bulbose in zona montana...* F.P., 6-1966.

2. CULTURE D'ŒILLETS SOUS SERRES

Dans ce bloc de serres de Saint-Laurent-du-Var, la culture des œillets américains est conduite en banquettes enterrées, avec tuteurage métallique. Le personnel pratique le pinçage.

la clientèle peut se lasser au bout de quelques mois de cette couleur. En outre, l'horticulteur pourra organiser sa culture pour avoir des roses lors des fêtes de fin d'année et pour la Fête des Mères. Par la période de taille, les pincements, l'irrigation, le chauffage, l'éclairage, il obtient, en principe, la floraison au moment voulu. Que quelques dizaines d'horticulteurs fassent le même calcul pour la même variété dans l'Europe tout entière et l'opération prometteuse qui s'annonçait devient, du fait de la concurrence, une catastrophe financière supprimant pour plusieurs années les possibilités d'autofinancement de l'exploitation et de renouvellement des cultures. Dès à présent on peut donc évoquer l'instabilité et la difficulté du marché de la Fleur.

CHAPITRE II

SCIENCES ET TECHNIQUES HORTICOLES

Les techniques de la floriculture connaissent une évolution rapide en liaison avec le développement de la recherche scientifique. Instituts nationaux et laboratoires privés se préoccupent d'améliorer les conditions du travail et d'augmenter les rendements de la production florale. Le tableau tracé une année est souvent périmé l'année suivante par suite d'une ou de plusieurs découvertes scientifiques ou techniques. Les pages qui suivent ne peuvent donc qu'être une mise au point momentanée.

1. L'air et la lumière

Les plantes grâce à leurs pigments verts, les chloroplastes, sont capables en absorbant l'énergie de la lumière solaire ou artificielle de transformer en sucres (matières organiques) le CO_2 (matière minérale) puis de fabriquer avec les sucres et les sels minéraux une matière vivante. Les éléments indispensables à la nutrition (CARBONE, OXYGÈNE, HYDROGÈNE, AZOTE, PHOSPHORE, SOUFRE, CHLORE, POTASSIUM et CALCIUM) se trouvent soit dans le sol soit dans l'air. La photosynthèse utilise le gaz carbonique contenu dans l'air immédiatement au voisinage des chloroplastes ; aussi il n'importe pas de connaître la teneur moyenne de l'air en CO_2 mais de s'intéresser aux conditions de diffusion du CO_2 en fonction de l'agitation de l'air par le vent, de l'état d'ouverture des stomates et de la zone de diffusion éventuellement artificielle de CO_2.

Les plantes vertes soumises à la lumière absorbent le gaz carbonique et rejettent l'oxygène (14). La fonction chlorophyllienne présente un maximum vers 35-40° mais elle est faible aux basses températures. La teneur en gaz carbonique de l'air normal est de 0,04 %. Elle est suffisante en raison de la grande surface foliaire de la plupart des végétaux. *La fonction chlorophyllienne dépend de l'intensité de l'éclairement.* L'optimum varie d'ailleurs avec les espèces. Il correspond à la lumière solaire directe pour les plantes de soleil et à une intensité moindre (de 1/4 à 1/10) pour les plantes d'ombre. L'intensité de la photosynthèse dépend essentiellement de la couleur de la lumière, autrement dit de sa longueur d'onde. Cette fonction est particulièrement active en lumière rouge ou violette. Le schéma très simplifié de la photosynthèse est le suivant :

$$nH_2O + nCO_2 + L + cK = nCn(H_2O) + nO_2$$

soit eau + anhydride carbonique + énergie lumineuse et calorifique = hydrates de carbone + oxygène. $n(H_2O)$ suppose un apport d'eau par irrigation, cK implique le chauffage des serres, L réclame l'utilisation de l'irradiation. A partir du moment où l'un des quatre facteurs est trop faible (eau, gaz carbonique, lumière, température), lorsqu'il n'est pas dans la proportion réclamée par la réaction de la photosynthèse, les trois autres facteurs doivent être considérés comme surabondants. *Le facteur défaillant est donc un facteur limitant*, et chacun des quatre le devient à tour de rôle. Si l'on agit sur le plus limitant à tour de rôle on améliore la croissance des plantes. La plupart des horticulteurs apportent chaleur et eau, parfois lumière mais souvent ignorent le CO_2. Dans les cultures forcées modernes sous serre le régime de l'eau et celui de la chaleur sont toujours contrôlables ; mais la végétation reste parfois étiolée les plantes manquant de carbone l'air étant devenu pauvre en CO_2. Dans l'atmosphère la teneur en CO_2 (15) varie généralement entre 250 et 350 ppm (parties par millions), c'est-à-dire entre 0,028 et 0,035 %. Dans une serre dès que le soleil apparaît il y a consommation du CO_2 ambiant et très rapidement la teneur de l'air tombe à 200-150 ppm. L'assimilation chlorophyllienne est ainsi réduite. Les plantes végètent jusqu'à ce que la teneur en CO_2 redevienne normale par apport d'air extérieur, sinon il faut attendre la nuit pour que, par leur respiration, les plantes rejettent du CO_2. Si la respiration a lieu de jour comme de nuit, l'assimilation ne se produit que le jour.

On ne sait que depuis peu doser (16) les faibles teneurs en CO_2 qui sont favorables à la croissance des plantes. Des recherches sont effectuées dans divers pays (Etats-Unis, Pays-Bas, Suède) et portent sur la plupart des espèces florales. En dépassant la teneur normale de l'air en CO_2 et en maintenant des concentrations de l'ordre de 0,06 % la précocité et le

---

(14) C.R. Journées florales, D.S.A.A.M., 1964 : FAYE : *Action conjuguée de la lumière artificielle et du CO_2*, et R.H., 5-1953, *L'évolution technique en matière de cultures florales.*

(15) C.R. Colloque sur l'utilisation du CO_2 en horticulture. P.H.M., 1-1965.

(16) Le gaz carbonique et la culture sous serre. P.H.M., déc. 1962.

rendement sont accrus. Il est très difficile de savoir quelle est la valeur optimum de la teneur en CO_2, les avis varient entre 0,06 et 0,09 % mais une concentration supérieure à 0,1 % n'a plus aucune influence (essais de la station de Naalwijk aux Pays-Bas). Les procédés d'enrichissement de l'atmosphère sont variés. La combustion du charbon ou du gaz donne des oxydes et des fumées ; plus valable est la diffusion directe du CO_2, gaz obtenu à partir du coke, liquéfié et conservé dans des bouteilles métalliques. La quantité utilisée est contrôlée par un débitmètre ; une horloge peut ouvrir et fermer le circuit de distribution à intervalles déterminés, une cellule photoélectrique peut régler le débitmètre en fonction de la luminosité. L'expérience a montré que dans certaines serres le rendement pouvait augmenter de 10 à 40 %.

Si l'air est un facteur déterminant de la croissance des plantes, il est étroitement dépendant des conditions d'ensoleillement. Pendant de nombreuses années, et jusqu'aux derniers progrès en matière d'irradiation de plantes, les régions méditerranéennes ont eu l'incontestable avantage de leur intense luminosité (17). Il n'est qu'à comparer la durée moyenne et l'intensité de l'ensoleillement de certaines villes d'Europe pour s'en convaincre, moyenne calculée sur 20 ou 30 ans.

Nice	2.778	heures	d'insolation
Biarritz	1.944	»	»
Paris	2.251	»	»
Rome	2.414	»	»
Amsterdam	1.551	»	»
Stuttgart	1.740	»	»
Hambourg	1.564	»	»
Londres	1.514	»	»
Copenhague	1.601	»	»

Il existe des plantes qui ne fleurissent que lorsque les jours sont courts, d'autres en période de jour long ; certaines sont indifférentes. Les chrysanthèmes, les bégonias d'hiver fleurissent dès que la durée quotidienne de l'ensoleillement est inférieure à 12 heures. On peut ainsi amener en été à la floraison des plantes d'hiver en les ombrant avec des voiles noirs ; on peut obtenir la floraison de plantes d'été en hiver en les éclairant artificiellement et en allongeant ainsi la durée du jour. On peut donc faire varier les dates de floraison ce qui permet à l'horticulteur ainsi équipé d'offrir des fleurs quand les autres n'en ont pas. Pour avoir la floraison des chrysanthèmes fin octobre, si leur développement est trop avancé on le retarde par une irradiation artificielle pendant quelques jours (18). Cette faculté des plantes à réagir ainsi à la durée de l'irradiation est appelée le *photopériodisme.*

Certaines plantes exigent deux périodes d'éclairement successives ; l'action des jours longs déclenche un processus préparatoire à la mise à fleur, les journées courtes réalisent cette mise à fleur. Pour les plantes de jour long leur mise à fleur est hâtée si la durée d'éclairement devient plus longue, pour les plantes de jour la mise à fleur est hâtée lorsque la durée d'éclairement est plus courte. Il faut donc connaître les exigences des plantes pour se livrer à l'irradiation artificielle. Un cultivateur de bilbergias (floraison normale en juillet) ne trouvait

(17) Horticulture et électricité sur la Côte d'Azur. R.H., 1958.
CHAUMIER : *L'éclairage artificiel en Horticulture.* Paris, 1955.

(18) R.H., *Culture spéciale du chrysanthème en Suède.* 5-1963.

pas de débouché à ses fleurs. Avec un éclairage d'appoint il a hâté la floraison de deux mois et la vente s'est effectuée avec facilité et profit.

Après la durée du jour, l'intensité lumineuse entre en ligne de compte. La lumière est la seule source d'énergie que la plante utilise pour réaliser la synthèse des hydrates de carbone à partir de l'eau et du CO_2. On admet que seules les radiations visibles et le début du proche ultra-violet sont efficaces. Les limites du spectre solaire utilisables sont donc comprises entre 3.600 et 7.600 Angströms (19). De plus toutes les radiations de ce spectre n'ont pas la même efficacité en photosynthèse .L'orangé et le rouge ont l'efficacité maximum (vers 6.500 Angströms), un deuxième maximum se situe vers 4.300-4.400 Angströms) ; passées ces deux valeurs d'Angströms l'efficacité des autres radiations est faible.

Une des sources les plus proches de l'éclairage naturel est la lampe commerciale « lumière du jour luxe » dont l'éclairement correspondant à 100 *lux* solaires se rapproche le plus de la lumière naturelle. Lampes à incandescence, à vapeur de mercure, à haute et basse pression, lampes fluorescentes sont ainsi utilisées. Mais pour les horticulteurs l'éclairage des serres est uniquement une question de rentabilité. Un tel forçage doit être rentable ; s'il n'avance pas la floraison assez tôt les prix de vente des fleurs varient peu et l'opération n'est pas bénéfique. La plupart des plantes florales sont heureusement influencées par l'éclairage artificiel qui a tendance à se répandre de plus en plus surtout dans les pays nordiques.

2. La température

Les serres ont été construites et envisagées dès leur origine pour réaliser un microclimat différent des conditions atmosphériques locales. La température apparaît donc comme le premier facteur déterminant la croissance d'une plante. En réalité trois phénomènes naturels sont étroitement liés : la température, la lumière et l'eau. La température joue un rôle essentiel et reste un élément difficile à modifier. Elle peut accélérer la croissance d'une plante, ralentir la montée de la sève, retarder ou hâter la floraison. Ainsi les zones de l'Europe les plus favorisées par le milieu climatique, les régions méditerranéennes, ont été les premières à découvrir leur vocation horticole. Lors de l'amélioration des conditions techniques, on a pu remplacer les impératifs naturels par une situation de culture idéale à l'aide de la serre, et créer d'autres régions horticoles dans des zones plus froides.

La croissance des plantes est accélérée par l'augmentation de la durée, mais aussi de l'intensité de l'ensoleillement. On a ainsi créé artificiellement des jours longs et des jours courts correspondant à certains stades de développement de la plante ; l'ombrage par rideaux créant la nuit, la température étant élevée par différents systèmes de chauffage. On peut obtenir également une ambiance nocturne par l'écoulement d'une lame d'eau colorée sur le vitrage extérieur de la serre ; la température est ainsi abaissée et la lumière tamisée. Surveiller la température d'une serre veut dire aussi à certaines époques nécessité d'en abaisser l'intensité. Le refroidissement est réalisé par ventilation et doit éviter le « coup de chaleur » frappant certaines plantes en pots (philodendrons, nephrolepis, par exemple). Un apport rapide d'air frais redresse les tiges, rétablit l'équilibre de la transpiration et de l'évaporation. Certains horticulteurs azuréens ouvrent leurs serres en fin de nuit, et tous en période de forte insolation.

---

(19) L'Angström (symbole Å) est utilisé pour la mesure des longueurs d'onde et vaut un dix-millième de micron.

L'hiver, par exemple, la brise de terre descendant la vallée du Var, brassant l'air froid stagnant, débarrasse du danger de gelée.

Trop élevée, la température d'une serre pendant la nuit accroît la respiration, donc occasionne une perte de matière, mais trop l'abaisser ralentit la croissance. Pendant le jour, si l'intensité est trop faible, ou le CO_2 trop rare, le bilan positif de la fixation de matière peut devenir négatif si la température entraîne une trop grande activité respiratoire.

Le chauffage des serres est réalisé avec un grand nombre de procédés (20). Le chauffage d'appoint contre les gelées est obtenu par de petits poêles à mazout, parfois par des brûleurs à gaz. Plus souvent, une chaudière, à charbon ou à mazout, permet l'installation d'un thermosiphon. Cette méthode réclame une tuyauterie abondante, coûteuse et gênante. On lui préfère de plus en plus l'air pulsé qui brasse plus violemment l'atmosphère des serres (mais a tendance à faire baisser le degré hygrométrique). Dans les cultures particulières comme la bulbiculture, on chauffe les coffres par des résistances électriques ou des tuyauteries enterrées. Ces divers procédés ont l'inconvénient d'être très coûteux.

3. L'humidité

L'eau du sol est une solution très diluée de sels minéraux et de substances diverses. Elle imbibe les particules du sol et remplit, lorsqu'elle est suffisamment abondante, les interstices qui les séparent. En période de sécheresse seule subsiste l'eau que ces particules retiennent à leur surface par absorption et, à l'intérieur, par imbibition. Dans la cellule, l'eau pénètre parce que la pression exercée sur le contenu cellulaire par la membrane est inférieure à la pression osmotique. Les sels minéraux dissous dans l'eau du sol sont absorbés avec elle par les racines. Celles-ci exercent une sélection refusant certains ions, en absorbant d'autres en plus ou moins grande quantité. Ainsi lorsqu'on cultive une plante en milieu synthétique on constate que le milieu s'appauvrit très inégalement en différents ions. Les nitrates sont absorbés plus rapidement que les sulfates, le POTASSIUM plus rapidement que le SODIUM et le CALCIUM. Il est donc très important de *calculer la fréquence des apports d'engrais chimiques faute de quoi on risque d'acidifier le milieu.*

L'eau absorbée par la plante et l'eau transpirée ne sont pas deux quantités égales dans une même période. La transpiration l'emporte le jour sur l'absorption ; et c'est l'inverse pendant la nuit. La plante comble alors son déficit et équilibre son bilan. La transpiration croît avec la température de même qu'avec l'intensité de la lumière, surtout chez les plantes vertes, elle croît aussi avec la sécheresse et l'agitation de l'air. La lumière favorise l'ouverture des stomates qui se ferment au contraire la nuit ; elle augmente la perméabilité des membranes cellulaires à l'eau. Une partie de l'énergie lumineuse absorbée par la chlorophylle est transformée en chaleur qui augmente la vaporisation (*chlorovaporisation*). La transpiration, nulle pendant la nuit, s'élève progressivement à partir de six heures jusque vers quinze heures.

Ce dernier besoin vital des plantes, après la lumière, la chaleur et le gaz carbonique, revêt de plus en plus, en horticulture florale, une importance essentielle. Il ne s'agit plus aujourd'hui d'une simple irrigation effectuée sur les plantations. L'apport d'humidité qui s'opère par une multitude de moyens est en même temps utilisé pour fournir aux plantes les différents éléments de leur nutrition.

---

(20) GIUGLARIS : *Une nouvelle technique dans le chauffage des serres.* P.H.M., 6-1964.
P.H.M., 11-1963 : *Quelques exemples de signalisation de température et d'humidité dans les serres.*
R.H., 5-1964 : *Le refroidissement des serres.*

4. Les sols et leurs fertilisants

Les cultures florales européennes se déroulent dans des conditions pédologiques extrêmement variées. L'étude détaillée des sols régionaux ne présente guère d'intérêt car, le plus souvent, les cultures s'opèrent sur des sols artificiellement réalisés par apports extérieurs et fumures d'appoint. A part quelques cas signalés lors des études régionales, les sols ne sont pas inhibiteurs pour l'horticulture. Cependant la multiplication des cultures en un même terrain finit, avant même d'épuiser le sol, par déclencher l'apparition des parasites qui limitent la culture : c'est à Ollioules ou sur les coteaux niçois que la verticillose fait disparaître les cultures florales avant toute autre considération culturale ou économique.

Les éléments de base pour la nutrition des plantes sont l'Azote, le Phosphore et le Potassium (en réalité l'anhydride phosphorique P_2O_5 et l'oxyde de potassium K_2O) (21) Ces éléments principaux sont réclamés par la plante, tandis que l'eau d'irrigation ou le sol lui-même contiennent le plus souvent assez d'éléments secondaires (Soufre, Calcium, Magnésium) et d'oligo-éléments (Zinc, Cuivre). Certains minéraux sont réclamés en particulier par une plante, ce sont les impératifs d'une plante : par exemple la silice est indispensable aux azalées.

Le pH détermine véritablement les sols ; il donne la mesure de leur acidité et des indications sur le degré de saturation du complexe adsorbant. Il indique les concentrations salines excessives et oblige, à certains moments, à modifier par apport d'eau supplémentaire l'équilibre du sol pour éliminer les sels en excédent. La plupart des plantes se développent dans un milieu légèrement acide. Rares sont les *plantes basophiles* (orchidées, buis), plus nombreuses sont celles qui réclament un pH de 4 à 4,5. L'horticulteur doit sans cesse se préoccuper de la teneur du sol en différents éléments et, selon ses cultures, compenser les défaillances. Toutefois une loi fondamentale limite l'emploi des engrais : *au fur et à mesure que l'on élève les doses l'augmentation de récolte obtenue pour un même supplément d'engrais diminue et, au-delà d'un certain seuil, un apport nouveau peut déterminer une diminution de la production.* Le fait est d'autant plus grave que les horticulteurs ont l'habitude de répandre généreusement les engrais composés sur les terres qu'ils travaillent.

Les besoins des plantes en culture intensive sous serre sont énormes. Besoins en lumière, en eau, en éléments minéraux. S'il est facile d'apporter de grandes quantités d'eau aux plantes, il est beaucoup plus difficile de doser les quantités d'engrais, or les besoins de plantes sont spécifiques. Un horticulteur a pu équilibrer son sol avant de mettre en marche une culture d'œillets. L'œillet absorbe plus vite l'azote et le potassium que l'acide phosphorique. Il en résulte un appauvrissement plus rapide dans le secteur des éléments moins vite absorbés. Il ne faut donc pas répéter le même dosage qu'en début de culture, faute de quoi *on provoque des concentrations fâcheuses en sels minéraux* (22). On modifie l'équilibre du sol, cela d'autant plus que les pluies naturelles, empêchées par la protection de la serre, ne peuvent lessiver le sol (3 millimètres de pluie font descendre, par exemple, les nitrates de 1 centimètre dans le sol). Il faut donc prendre un grand nombre de précautions dans la culture florale (23).

Air et eau doivent parvenir dans le sol sans risquer d'étouffer la plante. Le complexe

---

(21) Puccini : *Recherches sur la nutrition des plantes.* Congrès Internat. d'Horticulture, Bruxelles, 1962.
Gros A. : *Guide pratique de la fertilisation.* Maison rustique, 1962.
Lefevre : *La fumure des plantes florales.* B.T.I., 1953.

(22) Drouineau-Gouny : *La fertilisation des cultures florales.* C.R. Ac. Agric., 194, 8, p. 212.
Cf. aussi le « Bulletin d'Information de la Maison Barberet ». Antibes. La Fertilisation, 4-1964.

(23) Voir « Bulletin Information et Technique ». Barberet, 1-1963.
Puccini : *Esigenze nutritive del garofano...* Atti del Convegno Internazionale sul Garofano. San Remo, 1962 (ed. Firenze 1963).
Puccini : *Ricerche sulla nutrizione dell'anemone...* A.S.A., 3-1961.
Puccini : *Ricerche sulla nutrizione del ranuncolo.* A.S.A., 3-1961.

argilo-humique doit laisser circuler ces deux éléments, et le premier danger provient de la saturation du sol en eau. Quand l'irrigation doit être intensive il faut structurer le sol avec des grains grossiers (en augmentant le taux d'humus par exemple). On peut aussi introduire dans le mélange terreux de la tourbe (possédant un fort pouvoir de saturation) capable de restituer à la plante l'eau au fur et à mesure de ses besoins. Enfin il faut apporter les engrais par petites fractions et non en mélange massif pour éviter les concentrations dans le sol. La plupart des engrais du commerce, à côté de l'élément indispensable à une plante, ajoutent des compléments figurant déjà dans le sol. Ces éléments (nitrate de soude et chlorure de potassium) restent inutilisés et renforcent la concentration saline. L'intensité de la fertilisation présente des dangers contre lesquels il faut être averti, telle l'acidification des sols sous l'influence des apports fractionnés d'engrais liquides quand le sol ne renferme pas assez de calcaire. Voici, par exemple, l'évolution d'un pH de trois sols de serre, la fertilisation ayant été réalisée par des apports fractionnés d'engrais liquides (expérience de M^me^ Blanc - INRA, Antibes).

	20-1-1960	20-7-1960	20-1-1961
1^er^ groupe	6,4	6,9	5,6
2^e^ groupe	5,9	6,3	4,7
3^e^ groupe	5,4	5,5	4,0

L'acidification est défavorable aux plantes, le pH optimum de croissance se trouve au voisinage de la neutralité. Il faut donc contrôler sans cesse, en faisant appel à des laboratoires spécialisés, publics ou privés, les sols pour connaître les apports de fertilisants à effectuer. L'œillet est capable de donner des rendements et des qualités très variables en fonction des apports de fumure azotée et potassique.

NOMBRE D'ŒILLETS CREVARDS (24) SUIVANT LA FUMURE AZOTÉE ET POTASSIQUE

1) Influence de la fumure azotée (apports en grammes par mètre carré et par mois :

NOVEMBRE		JANVIER		FEVRIER		AVRIL	
Azote	Œillets crevards	Azote	Œillets crevards	Azote	Œillets crevards	Azote	Œillets crevards
0	21	0	9	0	39	0	17
10	21	10	1	10	9	10	28
30	17	30	1	30	13	30	1
50	10	50	1	50	2	50	7
75	10	75	0	75	12	75	1

2) Influence de la fumure potassique (apports en grammes par mètre carré).

NOVEMBRE		JANVIER		FEVRIER		AVRIL	
Potasse	Œillets crevards	Potasse	Œillets crevards	Potasse	Œillets crevards	Potasse	Œillets crevards
0	10	0	0	3	0	0	9
5	16	5	0	10	5	5	8
15	20	15	3	14	15	15	10

Dans ces tableaux n'apparaissent pas les variations de la qualité des fleurs (en

(24) Evidemment dans une culture d'œillets américains.

dehors de la proportion des crevards). Lorsque la production est à son maximum, la qualité n'est pas la meilleure. L'augmentation du nombre de fleurs fait diminuer la vigueur des tiges et la grosseur des fleurs (25). Les espèces florales sont des êtres très sensibles et leur travail forcé se traduit automatiquement par certaines défaillances.

5 La lutte antiparasitaire

Les conditions même de la culture sous serre provoquent de façon inéluctable le développement des parasites. La chaleur, l'humidité et la concentration des plantes sont telles que les champignons et les insectes peuvent détruire la totalité des récoltes. Les produits fongicides actuels ne sont que préventifs (26). Ils empêchent l'installation ou le développement ultérieur des maladies mais aucun produit ne fait disparaître une tache de *rouille* ou d'*alternaria*. Le meilleur des fongicides ne peut qu'arrêter la formation de nouvelles taches qui ne manqueraient pas d'apparaître à côté de celles déjà existantes si l'on ne traitait pas. L'action curative des produits insecticides n'est pas, non plus, illimitée. Si les chenilles peuvent être détruites facilement quand elles sont jeunes, elles deviennent par contre de plus en plus résistantes aux insecticides au fur et à mesure de leur développement. Les seules méthodes de lutte efficaces doivent donc assurer une protection continue des plantations par des traitements appliqués préventivement et à des intervalles réguliers. La cadence des traitements dépend de la persistance des produits utilisés et de la persistance des risques.

Les parasites, d'autre part, ne sont pas également dangereux tout au long d'une culture. Il convient de resserrer les traitements pendant les périodes critiques et de les espacer ensuite d'autant plus que les risques sont moindres. Par exemple pour mener à bien, sur la Côte d'Azur, une protection contre les maladies des œillets américains il faut, au cours d'une année, pratiquer l'application de onze produits différents, la dépense totale revenant à environ un franc par mètre carré. En effet une culture d'œillets américains peut être l'objet de trois types d'attaques : des parasites animaux, des maladies cryptogamiques, des maladies à virus. Dans la liste des principaux parasites animaux attaquant l'œillet on relève (27) la tordeuse, la mineuse, le thrips, les pucerons, la mouche des semis, les acariens, les noctuelles. Les principales maladies cryptogamiques sont la rouille, l'alternariose, l'hétérosporiose, la fusariose. Les maladies à virus sont la mosaïque et le streak.

On ne dispose pas, à l'heure actuelle, d'étude scientifique d'ensemble traitant des maladies des plantes à fleurs. La recherche se divise en deux domaines, celui de la lutte contre les parasites végétaux, celui de la pathologie animale. Les principaux instituts agronomiques spécialisés dans la lutte contre les maladies des plantes à fleurs sont français (Antibes), néerlandais (Lisse, Aalsmeer et Wageningen) et américain (Berkeley).

Le résultat d'un demi-siècle de recherche scientifique a été la mise au point d'une série de produits mettant à l'abri les végétaux contre les parasites animaux. Les attaques ani-

---

(25) C.R. Journées florales. D.S.A.A.M., Antibes, 1961. Drouineau : *La fertilisation de l'œillet.*
On pourra consulter également les publications du Dr Puccini, directeur de la Station expérimentale de San Remo.

(26) Andreucci : *Gli antiparasitari usati nella moderna floricoltura.* F.P., 9-1966.
On trouvera une étude complète dans l'ouvrage de Pape : *Krankheiten und Schädlinge der Zierpflanzen und ihre Bekämpfung.* Paul Parey. Berlin, 1964.

(27) Les études des Journées florales de Nice - Antibes de 1961 ont été consacrées aux principales maladies des œillets. Le compte rendu publié par la D.S.A. donne les résultats des travaux de Lansade, Targe, Vinot. (Lycée horticole d'Antibes et I.N.R.A.)

males étant les plus visibles, les traitements antiparasitaires ont permis d'éliminer les possibilités de développement des insectes et de leurs larves. La pratique de la stérilisation du sol à la vapeur mise au point aux Etats-Unis voilà un demi-siècle puis répandue en Europe supprime, lors de la mise en culture, tous les risques de destruction. Il existe différents (28) procédés pour parvenir à la désinfection par la vapeur permettant d'effectuer le travail plus ou moins vite et, d'ailleurs, avec une efficacité variable (bâches, cloches, étuves, etc.). On peut également désinfecter ces sols à l'aide de traitements au pal injecteur de produits chimiques liquides qui se décomposent au fur et à mesure du dessèchement du sol en produisant un gaz qui est le principe actif désinfectant. La désinfection des sols est obligatoire car, une fois la plantation en place, il n'existe plus aucun moyen d'intervention.

Les cultures sont encore l'objet d'attaques de la part des parasites animaux comme l'araignée rouge, la tordeuse de l'œillet (tortrix pronubana), le pou de San José. Si ces insectes prolifèrent dans une plantation, la faute en incombe aux exploitants peu soucieux de tenir compte des conseils des fournisseurs de produits antiparasitaires. Il faut, en effet, pratiquer des traitements fréquents (parfois plusieurs par semaine en période estivale) et par souci d'économie le producteur perd parfois une grande partie de sa récolte ou, tout au moins, n'obtient qu'une faible valeur pour sa production. On peut donc considérer que tous les parasites animaux, grâce aux progrès de la chimie, sont, à l'heure actuelle, efficacement combattus.

Beaucoup plus difficiles à éliminer sont les parasites végétaux (champignons), les bactéries et plus encore les virus. Leur reproduction est souvent plus lente que celle des insectes, ils résistent aux traitements classiques, sont capables de supporter les très hautes températures de la désinfection à la vapeur ou les grands froids et conservent leur virulence pendant plusieurs années. Tous compromettent le bon développement des récoltes. La science reste encore inefficace devant toutes les attaques paravasculaires susceptibles de se préparer dans le sol avant d'envahir les plantes. *La monoculture des plantes à fleurs entretient dans le sol la permanence des parasites.* Ainsi augmentent les possibilités de contamination (29). Trois exemples démontrent l'incidence de ces attaques sur la bonne rentabilité des cultures.

1) Les Hollandais ont dû abandonner la culture du glaieul dans certaines régions du Bollenstreek à la suite des attaques de la fusariose. Le retour fréquent des bulbes de glaïeuls sur les mêmes terres permettait aux champignons de pénétrer dans les bulbes sains. Ainsi les cultures de glaïeuls sont allées faire la fortune des producteurs de Zélande dont les sables étaient exempts de maladies.

2) Le développement du *Phialophora cinerescens* a obligé à transformer la culture des œillets américains : se transmettant par le sol, ce parasite est arrêté dans sa progression et sa prolifération par la désinfection totale du sol à la vapeur. La culture en bacs cimentés permet de désinfecter totalement le sol. Le *phialophora* est en effet capable de se maintenir dans un sol naturel à soixante-dix centimètres de profondeur pendant de longues périodes alors que la désinfection à la vapeur, même appliquée pendant plusieurs heures n'est efficace que jusque vers trente centimètres. Dangereux dans les régions méditerranéennes, ce champignon est donc supprimé si la culture se pratique dans des bacs en ciment. Des expériences ont prouvé que l'installation coûteuse du bac est vite compensée par l'augmentation et la régularité de la floraison. Des œillets américains, plantés en sol normal en juin, fleurissent à partir de décembre. Quand l'attaque se produit lors du réchauffement printanier, la plantation diminue de 25 % en mars-avril et encore de 25 % en mai-juin. Ainsi, souvent, la première année de culture peut provoquer la disparition de la moitié des plants. Une floraison complète peut rembourser en une seule année l'installation d'une culture en bacs.

---

(28) Voir les bulletins « Information et Technique » de la maison Barberet. Cap-d'Antibes, 2 et 3, 1963.

(29) Andreucci : *La propagazione del garofano per talea sotto il profito fitosanitario.* Atti del Convegno Internazionale sul Garofano. San Remo, 1962.
Andreucci : *Indagini sur un deperimento estivo del garofano collegato con la presenza di Fusaria nelle piante colpite.* F.P., 3-1966.

3) Les maladies à virus sont les plus difficiles à déceler et par là même à combattre. La *mosaïque*, le *streak* frappent les œillets ; les rosiers et les bulbes à fleurs sont également atteints. Les méthodes traditionnelles de lutte sont inefficaces. La station de recherches d'Antibes, reprenant partiellement des expériences américaines et néerlandaises, a essayé de pratiquer une sélection sanitaire (30) (en particulier du glaïeul) à partir de cultures *in vitro*. Cette sélection s'appuie sur la thermothérapie et aboutit à des résultats concrets et à une amélioration notable des cultures. On peut ainsi obtenir des plantes indemnes de tout parasite fongique ou bactérien à partir de cultures *in vitro* de méristèmes. Les fragments prélevés (méristèmes ou calottes apicales) sont transposés sur le substrat gélosé contenu dans des tubes à hémolyse bouchés hermétiquement par une feuille de polyéthylène. Les cultures sont maintenues sous lumière artificielle continue à une température toujours supérieure à 20°. Après quinze jours ou trois semaines, suivant les variétés, les explantats sont transférés dans un mélange terreux.

Le milieu gélosé et la température étant favorables à la croissance des champignons et des bactéries, on élimine aisément au moment du repiquage tous les tubes contaminés ou ceux dont le substrat n'est pas parfaitement translucide ainsi que les sujets à croissance lente. Parfois, les bourgeons axillaires situés à proximité du bourgeon terminal se développent : on observe alors deux et plus rarement trois départs à partir de la calotte apicale. Ces pousses multiples sont rejetées ; elles peuvent indiquer, en effet, la présence d'une virose due au virus de la jaunisse de l'Aster.

Après sélection, les plants sont repiqués en godets de tourbe remplis avec un mélange à parts égales de terre franche et de terreau de feuilles désinfecté à la vapeur. Ce premier passage sur terre s'effectue sous serre dans une ambiance très humide. Il faut attendre trois semaines environ pour obtenir un enracinement satisfaisant.

Les godets sont alors mis en terre stérile dans des pots maintenus sous serre durant les périodes froides et à l'extérieur au printemps et en été. Le glaïeul étant une plante très sensible à la lumière, sa croissance est freinée sous abris vitrés. Ce dernier stade de culture nécessite environ trois mois au bout desquels les parties herbacées se dessèchent, le bulbe néoformé et sain est arrivé à maturité.

Si un certain nombre de problèmes concernant la lutte antiparasitaire n'ont pas encore trouvé de solution, on peut toutefois affirmer que l'essentiel des cultures est aujourd'hui protégé contre les insectes ravageurs et la plupart des champignons. Certes des découvertes restent encore à faire, mais les horticulteurs disposent dès maintenant d'une gamme suffisamment complète de produits pour supprimer, dans la mesure où les traitements sont appliqués consciencieusement, les risques de détérioration de la production.

6. Les serres

Il est impossible, après cinquante ans de floriculture sous serre, de tenter la description d'une serre-type. En effet, les serres que l'on rencontre, de la Scandinavie à la Méditerranée, sont trop différentes et répondent à trop de besoins variés pour qu'il y ait similitude dans leur conception. Les techniques de construction ont, en outre, varié depuis quelques dizaines d'années, s'appliquant selon les régions à des topographies différentes, à des conditions d'ensoleillement changeantes, à des cycles de culture sans cesse modifiés. Devant l'énorme investissement que représente la construction d'une serre moderne, la plupart des horti-

(30) Tramier. *Méthode de sélection sanitaire du glaïeul.* Centres de Recherches agronomiques d'Antibes, I.N.R.A., 1966. Dactyl.

3. CULTURE DE BOUTURES D'ŒILLETS AMERICAINS

Etablissements Barberet. Cap d'Antibes. Culture en banquettes surélevées sur perlite (visible dans la partie gauche). Irrigation par aspersion à réglage automatique.

culteurs essaient, en faisant appel à leur ingéniosité, d'en diminuer le prix. Ainsi, dans une même région horticole, trouve-t-on des types très variés. Cependant, comme la serre répond à des impératifs communs, où qu'elle soit construite, on retrouve quelques constantes dans sa fabrication. Toute une hiérarchie est d'ailleurs à établir depuis les simples abris jusqu'aux serres les plus complexes.

a) Les abris. — Ils sont très rares dans l'Europe nordique et centrale, beaucoup plus fréquents à partir de la vallée de la Loire, généralisés dans le Midi méditerranéen. L'abri peut n'être destiné qu'à réaliser un ombrage pour des plantes ou des fleurs craignant, au cœur de l'été, l'intensité trop grande du soleil. Il peut également servir sur les rives de la Méditerranée à protéger de l'air froid de la nuit et du vent. Il est donc construit à partir des matières premières locales. Dans le Nord, les rameaux de bruyère constituent une bonne protection ; dans le Sud, où les possibilités sont plus variées, les feuilles de palmier, les roseaux assemblés en treillage (cannisses de Provence) sont couramment employés.

L'ensemble de l'abri ne constitue pas une véritable serre, c'est un couvert végétal tendu au-dessus d'une culture à un mètre ou un mètre cinquante pour la protéger. L'armature de l'abri est en bois ; des piquets de châtaignier (bois peu putrescible) fichés en terre soutiennent l'ombrage. En Italie, plus qu'en France, on rencontre un type plus compliqué, précurseur de l'abri moderne, c'est l'abri vitré. L'armature qui forme un toit à double pente est construite en bois (résineux ou châtaignier) et de gros pieux soutiennent de légères lambourdes. L'ensemble supporte une couverture vitrée, souvent en verre à vitre. Par crainte de l'air froid on peut, l'hiver, obstruer les côtés de l'abri par une protection végétale (roseaux, bruyères) ou même, à la rigueur — et on fait transition avec la serre froide — avec des panneaux de verre. On est passé du simple abri protégeant des écarts thermiques à la serre de conception moderne. En Italie beaucoup de ces abris sont actuellement constitués de charpentes de bois sur lesquelles sont tendus des films de matière plastique dont la durée d'utilisation est de deux à quatre ans. On trouve même des *tunnels* ou des *chenilles* en matière plastique permettant de disposer d'abris momentanés (31).

A l'origine, la serre est essentiellement destinée à constituer un milieu abrité, un microclimat propice au developpement de certaines plantes ornementales ou florales. Protéger du froid ou de la trop grande chaleur, protéger des vents et des brises de fin de nuit, tels sont les premiers soucis des horticulteurs lors de la construction d'un abri.

b) Les serres modernes. — Les progrès techniques ont permis de créer un milieu de culture original en isolant une fraction de territoire de toutes les contingences climatiques (32). L'horticulteur travaillant sous serre (voir fig. 1 et 2 et photos 3 et 4) n'est plus du tout un paysan, il est devenu un technicien obtenant au moment opportun, choisi par lui, en quantités exactement déterminees, des fleurs coupées ou des plantes en pots. Les mauvaises saisons, les sécheresses d'été et les rigueurs de l'hiver, hantise de générations de paysans laborieux, ont à jamais disparu. Il n'aura, en principe, que de bonnes saisons et son souci majeur devient ainsi la commercialisation de ses produits. Il est plus intéressant de fournir des fleurs à certains moments qu'à d'autres ; l'année de travail est donc calculée en tenant compte du cycle des plantes en fonction de considérations commerciales et non plus climatiques, pédologiques ou locales.

Technique de construction : le verre et le métal deviennent les deux matériaux essentiels. En réalité, un grand nombre de serres ont encore une charpente de bois. Un prix de revient moindre explique cette survivance (le tiers ou le quart du prix du métal). Une serre en bois ne demande pas de fondations bien grandes, ne craint pas la rouille et le poids de la charpente reste assez léger. Dès que l'on emploie les profilés d'acier ou des tiges en alliage à base d'aluminium, la serre devient plus vaste. La hauteur peut atteindre quatre mètres et

---

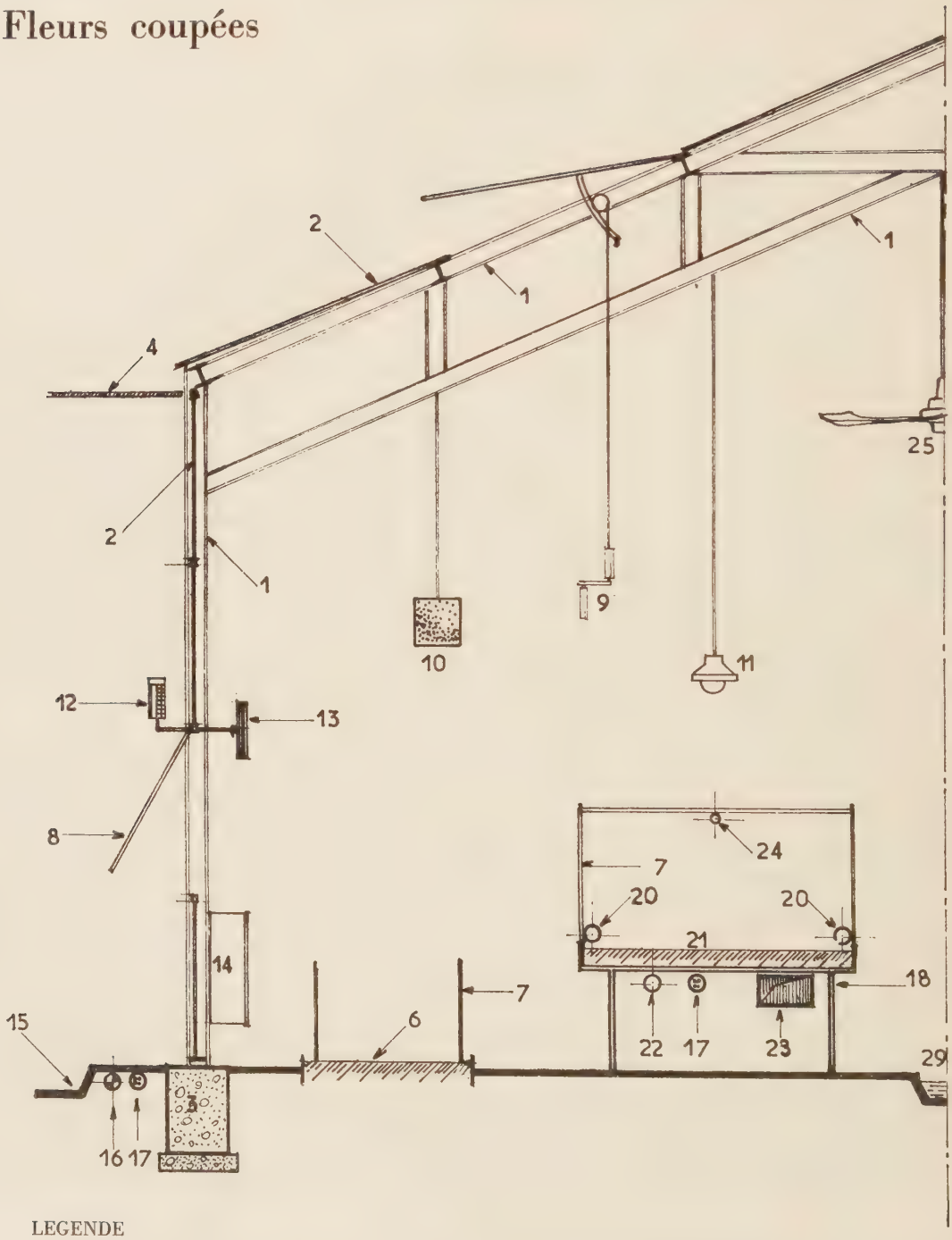
(31) R.H., 7-1958 : *Les plastiques dans l'Horticulture.*

(32) Direction des Services agricoles du Var, *La floriculture sous serre,* juillet 1964, 40 p. dactyl., et *Les abris vitrés dans les régions méridionales.* R.H., 3-1953.

Figure 1

COUPE THÉORIQUE

Fleurs coupées

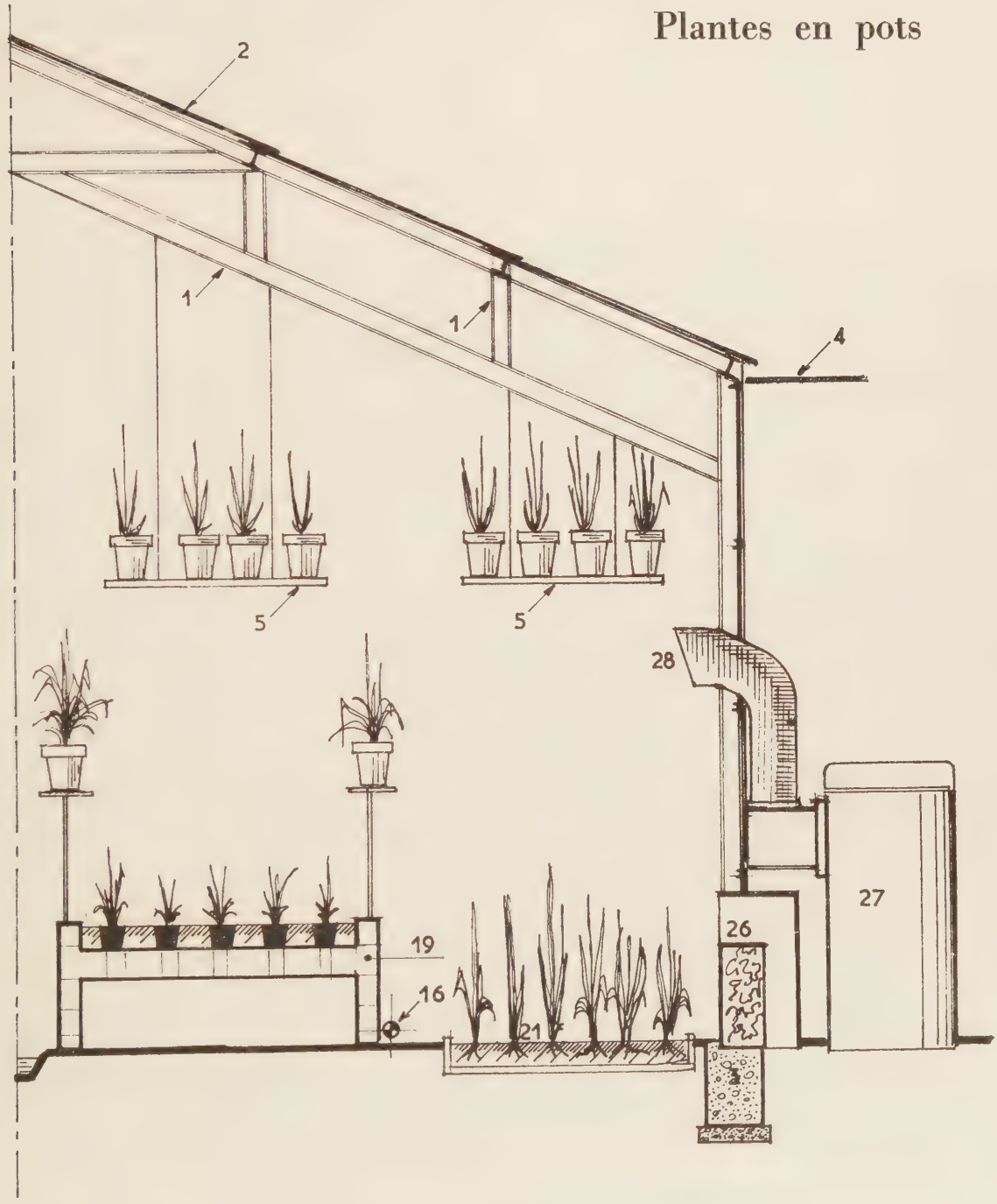


LEGENDE

1. Armature métallique
2. Paroi de verre
3. Plot de ciment
4. Passerelle en verre ou matière plastique
5. Etagère
6. Banquette de culture
7. Tuteurs
8. Piedroit-ouvrant
9. Système d'ouverture d'aération (à déclenchement manuel ou automatique)
10. Brûleur à soufre
11. Système d'éclairage d'appoint
12. Cellule photoélectrique
13. Thermomètre d'alarme
14. Armoire électronique
15. Collecteur d'eau de pluie

Figure 2

D'UNE SERRE



16. Conduite d'eau
17. Conduite électrique
18. Bac de culture surélevé (en métal)
19. Bac de culture surélevé (en brique)
20. Asperseur d'eau et de fertilisants ; fourniture de solution nutritive
21. Terreau
22. Conduite du thermosiphon
23. Résistance électrique chauffante
24. Distribution de gaz carbonique
25. Ventilateur
26. Appareil de Cooling
27. Chaudière
28. Bouche d'arrivée de l'air pulsé
29. Récupération des eaux d'irrigation ou des solutions nutritives

demi à cinq mètres contre, rarement, plus de trois pour le bois ; la portée de la charpente va jusqu'à dix mètres contre environ trois pour le bois. Un plus grand volume d'air moins souvent renouvelé, un espace sans support facilitant les travaux culturaux et la motorisation sont des avantages indéniables pour les serres métalliques. De solides fondations en ciment fixent la serre au sol. Dans les polders hollandais les fondations nécessitent de gros travaux car le sol tourbeux est instable sur plus de dix mètres d'épaisseur. Pour permettre une rotation rapide en laissant une partie de la terre se reposer, quelques serres (Pays-Bas, Allemagne, Var) sont montées sur rail. Après une année ou deux de culture, quelques tracteurs sont attelés à une extrémité du bloc de serre, large parfois de cinquante mètres. Glissant sur toute sa longueur la serre trouve une seconde position sur une terre reposée où recommence immédiatement la culture. Le coûteux investissement est utilisé à plein tandis qu'une fraction de sol se repose. Certains horticulteurs, au lieu de déplacer la terre, changent parfois le sol, ce qui est toujours le cas dans les cultures en bacs de ciment.

Le verre tient de plus en plus un rôle important. Pendant longtemps le verre à vitres a été seul utilisé mais on a rapidement trouvé ses points faibles, en particulier sa fragilité (lors du maniement des panneaux il se brise facilement et constitue un danger pour la main-d'œuvre) ; sa légèreté (le poids de la neige sur des serres non chauffées provoque l'effondrement du toit). On emploie de plus en plus le verre martelé, plus épais, plus résistant, mais moins translucide et mauvais conducteur de la chaleur solaire. Si le verre réfracte jusqu'à 50 % de la lumière, davantage s'il est sale, il ne laisse pas échapper les rayons calorifiques émis dans la serre. Les plaques de verre sont mastiquées ou fixées par des crochets de fil de fer, ingénieuse trouvaille de certains. Pour gagner du temps, des horticulteurs ne fixent pas leurs verres pris entre le bois ou le métal du châssis ; le vent est alors un redoutable ennemi car il peut *souffler* une serre. Les côtés des serres sont équipés de volets ouvrants permettant l'aération. Il en est de même du toit dont la plupart des panneaux s'ouvrent verticalement, pour laisser pénétrer air et lumière. Le maniement des panneaux des piédroits et du toit est un travail long, le plus souvent il est effectué à la manivelle. Pour un hectare de serre il nécessite le travail d'un ouvrier pendant une heure. L'ouverture est parfois réalisée automatiquement par un moteur, opération déclenchée par un thermomètre ou une cellule photo-électrique en fonction de la chaleur extérieure et de la luminosité. Beaucoup de serres sont équipées de ventilateurs automatiques qui brassent l'air pour harmoniser la température au moment du chauffage et faciliter l'évacuation de l'air chaud au moment de l'aération.

Trop de serres ont des portes étroites. Pour éviter une déperdition de chaleur beaucoup de constructeurs imaginent des issues sans rapport avec les nécessités des travaux de culture et de récolte. Une nouvelle conception technique est la serre-tour (33) : une charpente d'acier élève à plus de vingt mètres les côtés vitrés d'une tour de base hexagonale de deux mètres cinquante de côté (cinq mètres de rayon). On garnit les parois de tablettes portant plantes en pots ou bacs de terre. L'ensemble peut se déplacer verticalement et horizontalement grâce à un ingénieux système de convoyeur à chaîne. Dotée de tous les perfectionnements techniques cette serre, imaginée par les Allemands, reste encore d'un emploi trop coûteux mais constitue une ingénieuse solution à l'utilisation de l'espace rural (le prix de la terre n'entre que pour 1 % dans la somme totale des investissements).

c) Les cultures sous serre. — A l'origine de la culture sous serre le sol cultivé est en place, fourni par la nature. Il convient bien à certaines cultures, œillets ou roses (34). Des apports de fertilisants sont nécessaires, mais, très vite, le sol devient artificiel. Il a été rapporté par camions, la serre a ainsi une terre plus riche convenant mieux à la culture entreprise.

---

(33) P.H.M., 10-1964 : *La serre tour.*
La serra a torre. F.P., 10-1964.

(34) On pourra consulter quelques articles spécialisés :
— P.H.M. : *Quelques exemples de signalisation de température et d'humidité dans les serres.* 11-1963.
— R.H. : *Le refroidissement des serres.* 11-1964.
— P.H.M. : *Le gaz carbonique et la culture sous serre.* 12-1962.
— P.H.M. : *Une nouvelle technique dans le chauffage des serres.* 6-1964.

4. CULTURE D'ASPARAGUS PLUMOSUS

Etablissements Marchio, Saint-Laurent-du-Var ; sur la droite, plans de strelitzias.

Mais l'épuisement est rapide car les fertilisants non utilisés par les plantes sont entraînés en profondeur et sont perdus irrémédiablement. La culture en bacs élimine ces inconvénients ; elle est réalisée dans un milieu scientifiquement composé, immuable, sinon modifié par la culture elle-même. Les bacs, de construction très variable, sont en ciment précontraint, aggloméré ou même composés de plaques de matière plastique. Les bacs sont enterrés ou surélevés par des pieux de ciment ou des plots de briques, méthode qui rend moins pénible le travail des ouvriers et permet de faire circuler au-dessous les tuyaux nécessaires à la culture (chauffage, irrigation, gaz carbonique).

Dans certaines serres, en plus des bacs ou des tablettes de culture, on trouve des étagères. Elles portent des plantes vertes qui ne réclament pas des soins constants pour leur croissance et dont l'ombre ne gêne pas les cultures inférieures. La culture en bacs a aujourd'hui trouvé sa pleine nécessité dans le cadre des *cultures hydroponiques* ou cultures sans sol (35). Les plantes sont mises à raciner dans un milieu inerte, sable ou perlite, désinfecté auparavant à la vapeur ou cuit au four, imbibé d'une solution nutritive convenant parfaitement à leur développement. Les bacs sont légèrement inclinés dans le sens de la longueur de la serre, de sorte que l'alimentation aqueuse savamment dosée se fait à une extrémité et la récupération de la solution nutritive à l'autre.

Traditionnellement les arrosages dans les serres sont faits à la lance, bon moyen permettant à un ouvrier de se rendre compte de la quantité d'eau apportée, mais immobilisant une main-d'œuvre importante. Ce bassinage a été avantageusement remplacé par une forme plus méthodique. Au niveau du sol ou à quelques décimètres de hauteur des tuyaux sont percés, à des intervalles réguliers, de trous munis de gicleurs. Mieux encore, l'eau circule parfois sous pression dans des tuyaux aériens qui dispersent un fin brouillard plus utile qu'un long bassinage (c'est le *mist-system* des Britanniques). Avec ce procédé l'on peut faire des apports très brefs mais fréquemment répétés. L'absorption de l'eau par les plantes est facilitée et le sol n'est pas lessivé par un excès d'eau. Des solutions nutritives mélangées à l'eau d'arrosage constituent même un brouillard fertilisant. Un travail régulier et économique est permis par une minuterie déclenchant un brouillard de cinq secondes tous les quarts d'heure par exemple, et cela aussi longtemps que ce sera nécessaire, nuit et jour. L'humidité de l'atmosphère dans une serre peut être aussi entretenue par un autre moyen que celui du *mist*. La technique américaine du *cooling-system* est de plus en plus répandue en Europe. Une double paroi de verre à l'extrémité de la serre est remplie de copeaux ou de fibres synthétiques régulièrement mouillés. Tout l'air pénétrant dans la serre traverse ce matelas humide, l'aspiration vers l'intérieur étant, au besoin, accélérée par des ventilateurs. L'air est donc porté à un fort degré hygrométrique et cette méthode convient particulièrement bien à la plupart des plantes cultivées pour la fleur coupée.

Le chauffage d'appoint est destiné, dans certaines régions, surtout méridionales, à éviter que la température nocturne n'arrive à un degré trop bas préjudiciable à la croissance ou à la floraison des plantes. Il peut être pratiqué par une grande variété de moyens : brûleurs à charbon, à pétrole, à mazout, lampes infrarouges. Le plus souvent il ne constitue qu'un faible investissement, n'étant allumé que lorsque le thermomètre déclenche une sonnerie d'alarme. Si la chute de température est rapide du fait d'un coup de vent, par exemple, le chauffage est inefficace car il entre en action lorsque les effets du froid ont déjà été ressentis par la plante ou la fleur.

Le chauffage permanent est obligatoire dans les régions extra-méditerranéennes ; il grève lourdement les budgets. Il peut être de forçage et permet de produire lorsque les conditions du marché sont favorables. Il demande des installations complexes. Le premier type est le thermosiphon ou chauffage central, actionné par une chaudière au charbon ou au mazout et

---

(35) Sur cette nouvelle technique de culture, voir : CHOUARD : *Cultures sans sol.* Paris, 1951.
— R.H. : *Cultures sans sol.* 7-1958.
— P.H.M. : *Les cultures sans sol.* 5-1966.
— P.H.M. : *Un bel exemple de culture sans sol.* 10-1964.
— BENTLEY : *Commercial Hydroponics.* Johannesburg, 1959.

alimentant un grand nombre de canalisations aériennes dans la serre, obstacle au travail des horticulteurs. Plus rationnel est le chauffage par air pulsé. La chaudière est marginale à la serre et fonctionne le plus souvent au mazout. Le foyer réchauffe de l'air pris à l'extérieur ou au ras du sol de la serre et le projette au niveau du toit grâce à une soufflerie. L'installation, très variable dans ses réalisations, donne de bons résultats. La mise en marche de la chaudière et de la soufflerie est déclenchée automatiquement par un thermostat. Certains chauffages, surtout le thermosiphon, permettent de chauffer les cultures par des tuyauteries enterrées, technique intéressante pour des cultures de bulbes par exemple. On peut enfin compter sur les effets de chauffage des lampes d'irradiation.

Les équipements complémentaires comprennent tout d'abord les installations de diffusion de CO_2 et des dispositifs d'éclairage. Il est apparu en effet que la plupart des plantes ont des besoins en CO_2 plus grands que les quantités normalement contenues dans l'air ambiant. Des installations de stockage à l'extérieur, sous forme de gaz en bouteilles, ou des diffuseurs extérieurs à partir de brûleurs, permettent de répandre dans la serre, au niveau des plantes, par l'intermédiaire de tuyaux en matière plastique troués de trente en trente centimètres, des quantités de CO_2 calculées auparavant.

De nombreuses serres, dans les pays nordiques et de plus en plus dans les pays méditerranéens, pour être munies des dernières découvertes en matière de photopériodisme, ont été équipées tantôt de voiles noirs tendus horizontalement par des câbles pour accentuer l'obscurcissement et réaliser une nuit partielle ou complète, tantôt, comme dans certaines serres suisses, un voile liquide coloré s'écoule sur l'extérieur du toit pour diminuer l'intensité de la lumière. Pour prolonger la durée de l'éclairement naturel, des lampes, de conceptions diverses d'ailleurs, hâtent la croissance ou développent la floraison. L'ombre portée par les projecteurs en cours de journée est préjudiciable à certaines cultures. Dans ce domaine de gros progrès sont encore à effectuer. Certaines serres enfin sont équipées de doseurs et de mélangeurs d'engrais solubles. Après analyse réalisée dans un laboratoire, l'horticulteur dose sur un cadran les différents engrais qu'il compte employer. Automatiquement, avec une précision au millilitre, la solution nutritive est composée, mélangée à l'eau, et dispersée soit par brouillard irrigant, soit par gravité dans le cas de cultures hydroponiques.

Tous ces progrès techniques démontrent une véritable automatisation du travail en serre. L'horticulteur a troqué sa blouse de paysan contre la combinaison du technicien. Le paysan, penché sur une terre trop basse soumise aux caprices du climat, lié à la plus ou moins grande fertilité de sa terre, esclave des pluies pour augmenter son rendement, a fait place à un technicien hautement qualifié, utilisant un appareillage compliqué. La machine électrique, la pendule, la cellule photo-électrique, le doseur, le thermomètre, l'hygromètre déclenchent automatiquement, sans sa présence, avec exactitude et précision, toutes les opérations qui jadis réclamaient main-d'œuvre, fatigue, surveillance et laissaient planer l'incertitude du résultat (36). Un réglage rapide de quelques cadrans, un contrôle intermittent permettent de diriger une culture sans sortir de chez soi. Enorme progrès qui apparente l'horticulteur au chef d'entreprise, à l'ingénieur moderne surveillant des machines. Les horticulteurs n'aiment par cette comparaison ; à juste titre ils prétendent que leur production ne ressemble pas à la production industrielle même si les analogies sont flagrantes. Le produit est une matière vivante, périssable. Comme telle elle doit être surveillée, soignée sans cesse, contrôlée parfois même après sa vente.

La serre moderne est ainsi devenue un magnifique outil de travail pour les horticulteurs ; elle ne suffit pas cependant à les assurer d'un revenu généreux. Des facteurs naturels entrent toujours dans l'élaboration des plantes et des fleurs et causent aux producteurs de multiples préoccupations.

---

(36) L'horticulture de certains pays a atteint ce stade de la technique : c'est le cas de la Scandinavie.
Cf. B.T.I., 1-1963 : *Production florale sous serre dans les pays nordiques.*
P.H.M., 12-1963 : *Floriculture danoise.*
F.H., 10-1962 : *Production florale nordique.*

CHAPITRE III

SYSTÈMES DE CULTURE ET PRIX DE PRODUCTION

1. Les combinaisons de techniques

Il ne suffit pas de disposer de considérables moyens de production utilisant les dernières découvertes techniques pour réaliser de bonnes campagnes floricoles. En effet, le prix réclamé pour de telles fleurs peut rendre caducs les efforts des horticulteurs. La culture des roses sous serres par exemple est inutile si au bout d'une année le prix de vente obtenu par le producteur est inférieur à la dépense qu'il a consentie dans le domaine de la construction des serres, dans l'équipement de son entreprise avec tous les appareils coûteux qui lui ont permis d'éviter une dépense de travail personnel. Les dépenses concernant les produits antiparasitaires, le chauffage d'appoint ou de forçage sont des éléments qui déterminent d'une manière décisive les réussites et les échecs des exploitations horticoles. Aussi, avant même d'examiner en détail les productions des différentes régions floricoles d'Europe, doit-on parler de la rentabilité des exploitations.

Différents moyens existent pour préciser de quelle façon une exploitation est rentable (37). Des spécialistes peuvent s'attacher à recenser les dépenses faites dans l'année de culture, à regrouper tous les facteurs qui ont exigé des débours, puis à calculer le montant des rentrées d'argent. La mise au point d'un tel budget serait à faire pour toutes les entreprises si l'on voulait savoir avec certitude de quelles façons les producteurs parviennent à réaliser leurs affaires. Or, il est exceptionnel que de telles enquêtes soient faites et l'horticulteur prudent mais peu disposé à de tels calculs, voit à la fin de sa campagne l'état de ses affaires. On réalise bien des enquêtes, elles restent toutes des approximations. En voici un exemple :

Monographie d'une exploitation horticole du secteur d'Antibes (38).

Remarques liminaires : il convient de signaler que la déclivité du sol dans le secteur

---

(37) Beaucoup d'auteurs et d'instituts se préoccupent de calculer les prix de revient des plantes et des fleurs. C'est notamment le cas du Landbouw Economish Instituut de La Haye, de l'Institut d'Economie Agricole de Gand, de l'Ecole d'Horticulture de Versailles (Bossard, Carrel). On peut consulter les publications du XVI[e] Congrès international d'Horticulture, Bruxelles, 1962.

(38) Enquête de la Direction des Services Agricoles (D.S.A.) des Alpes-Maritimes, 1964.

d'Antibes est telle que l'exploitant n'utilise qu'une partie de la superficie totale des terres dont il dispose, que ce soit au titre de fermier, métayer ou de propriétaire.

Les pertes consécutives à la disposition des terres en terrasses, à la nécessité d'avoir de très nombreux chemins qui entourent les serres, la maison, sont telles que l'on estime que le tiers à peine est effectivement converti en surfaces vitrées.

Certes, dans certains quartiers où les terres sont plus plates le terrain est utilisé à 60 % et parfois à 75 %, mais c'est assez rare.

De plus, les diverses expositions, les unes favorables et les autres moins favorables aux diverses espèces ont rendu obligatoire la mise en place d'un complexe de trois cultures, à savoir : *a*) œillets, *b*) roses, *c*) asparagus, et dans certains cas des plantes bulbeuses, ou des feuillages divers y compris l'eucalyptus, peu exigeant sur le sol.

Il s'agit d'une propriété, ou plus exactement de deux petites propriétés jumelées, situées au Chemin des Combes, d'une superficie totale de 18.000 m², soit très au-dessus de la moyenne.

La part effectivement réservée aux cultures sous serres est de 6.000 m², et la répartition est la suivante :

Œillets	2.300 m²
Roses	1.200 m²
Asparagus	2.500 m²

et pour cela l'exploitant dispose, à titre permanent de deux hommes et d'une femme salariés. Lui-même et sa femme participent au travail, soit un total de main-d'œuvre de cinq personnes, ce qui donne près de deux personnes par fraction de 2.000 mètres carrés couverts. Il n'est pas douteux que l'œillet et l'asparagus demandent une main-d'œuvre supérieure à celle des roses.

Œillet :

Il s'agit d'œillets américains, plantés en banquettes, avec des variétés modernes, dont on assure le renouvellement à chaque saison et on estime le rendement à huit fleurs par pied, soit pour une densité de 20 pieds au mètre carré (160 fleurs) qui en fonction du prix de vente moyen procureraient (160 × 18) près de 28,80 F au mètre carré.

Roses :

Il s'agit de cultures sous serres partiellement chauffées ; un chauffage d'appoint seulement. Des variétés communes sont plantées, à la densité de 700 pieds à l'are, et on en estime le rendement à cinq fleurs par pied, soit 7 × 5 = 35 au mètre carré, ce qui en fonction du prix de vente moyen donnerait 35 × 35 = 12,25 F.

Asparagus :

Il s'agit de serres en bois, celles qui dominent dans le secteur d'Antibes, dont le rapport brut au mètre carré serait de 15 F.

La répartition des cultures est telle que l'exploitant assure que le travail ne manque pas et il n'y a pas de temps morts.

S.A.U.	6.000 m²
Nombre U.T.H.	3
S.A.U. par U.T.H.	2.000 m²

Résultats économiques (produit brut au mètre carré) :

Œillets	28,80 F
Roses	12,25 F
Asparagus	15,00 F

Capital d'exploitation :

Serres métalliques et en bois	100.000 F
Matériels divers	20.000 F
Soit	120.000 F

Revenu agricole (des 6.000 mètres carrés) :

Œillets	2.300 m² × 28,80	=	66.240 F
Roses	1.200 m² × 12,25	=	14.700 F
Asparagus	2.500 m² × 15,00	=	37.500 F
Pour un total de.....			118.440 F

Revenu agricole global à l'hectare :

$$\frac{118.440 \times 10}{6} = 197.600 \text{ F}$$

et par U.T.H : $\frac{197.600}{3} = 65.866$ F

si l'on tient compte des indications données par certains producteurs, le revenu net serait à peine le 20 % du revenu brut.

Il y a par rapport à ce calcul une marge de 20 % d'erreurs, soit que les horticulteurs ne puissent parvenir au total des revenus indiqués en raison de la carence des éléments naturels, techniques ou humains, soit qu'ils dépassent en une année, cette moyenne largement.

Autrement dit la situation économique des horticulteurs, leur réussite dépend des techniques, mais aussi des hommes, c'est-à-dire de cet esprit de décision insaisissable et impalpable qui fait tout l'intérêt de l'étude pour le spécialiste. L'économiste aurait vite enfermé dans une courbe les chances de réussite des horticulteurs, aucune entreprise ne suivrait sans doute ses calculs. Parce que les actions de l'homme sont avant tout le résultat de réactions intellectuelles individuelles, on ne peut établir des bilans d'ordre général, c'est tout l'intérêt des études de géographie humaine.

Les avantages climatiques déterminent des conditions naturelles exceptionnelles pour certaines régions. Dans d'autres moins favorisées sur ce point de vue il faut rechercher d'autres domaines de l'équipement pour expliquer l'établissement de prix de revient semblables à ceux des régions méditerranéennes. Il est évident que de longues périodes hivernales de temps relativement doux et ensoleillé sont décisives pour la réussite d'une campagne floricole. D'autres régions tout en possédant les conditions d'insolation requises, comme la Provence occidentale par exemple, sont limitées dans leurs possibilités d'expansion de la floriculture par des facteurs thermiques (abaissement rapide de la température en hiver par suite de coups de mistral). L'équipement en serres chauffées fournit des fleurs plus chères que celles produites sur la Côte d'Azur, elles sont ainsi difficilement commercialisables. Par contre les régions méditerranéennes peuvent être gênées dans leur réussite par la rareté des approvisionnements en eau ou leur éloignement relatif des grandes régions d'élevage qui rend difficile la fourniture de fumier de ferme. Inversement, la vallée de la Loire, ou certaines exploitations péri-urbaines, profitent de l'approvisionnement à bon compte en fumier.

Entrent ensuite en ligne de compte les disponibilités en main-d'œuvre. Aucune règle en ce domaine n'existe, les salaires, la qualification de la main-d'œuvre, le nombre d'ouvriers, leur emploi permanent ou temporaire répondent à des impératifs qui ne sont pas toujours le reflet d'une situation locale. Sans doute des hommes en grand nombre dans une région agricole peuvent être un atout pour la floriculture. Le prix de la main-d'œuvre est alors en principe assez bas. On peut, dans le cas d'une pénurie, faire appel à des immigrés d'autres

régions peu favorisées. Ne viennent ainsi que des hommes et des femmes sans qualification pour effectuer des travaux qui réclament une incontestable pratique. Si certaines habitudes de travail peuvent s'acquérir facilement, certaines opérations culturales ne peuvent être le fait que de spécialistes. La main-d'œuvre qualifiée est très rare à trouver et partout en Europe elle perçoit des salaires élevés. Que les Hollandais offrent moins de salaires que les Belges ou les Suisses à leurs contremaîtres, un mouvement de départ s'établira à partir des Pays-Bas. Pour ces raisons les cadres de certaines régions horticoles sont constitués par des étrangers. Les travaux traditionnels, s'ils sont bien dirigés par les contremaîtres, peuvent être effectués par une main-d'œuvre non qualifiée. Dans la plupart des régions floricoles les ouvriers de l'horticulture sont tous ceux que rejettent l'industrie et les villes, ce sont donc, par voie de conséquence, les moins capables.

2. Les difficultés de financement

Les producteurs luttent à coups de prix pour écouler une marchandise que l'on peut produire de manières très différentes, compte tenu des techniques et des forces de travail. Certains horticulteurs essaient de compenser les grandes dépenses d'équipement par un rendement plus élevé à l'unité de surface. Les grandes entreprises dirigées par des hommes qui ne sont pas entièrement responsables de la réussite de la plantation, donnent moins de rendement que des plantations plus modestes, souvent de type familial. L'ingéniosité du producteur compense, avec son acharnement au travail et la recherche d'une bonne qualité, les défectuosités de son système de production.

Les plus belles fleurs d'Europe ne sont pas produites par les grandes entreprises suréquipées de Suisse ou de la banlieue parisienne employant des dizaines d'ouvriers, mais les exploitations familiales des coteaux de San Remo ou d'Antibes ou des bords de Westeinder à Aalsmeer. La seule nuance provient de la régularité de la production semi-industrialisée dans le premier cas et d'un moins bon équipement responsable d'une irrégularité dans la qualité et la quantité de l'autre. Comme la production florale ne peut être stockée, les prix — partant la réussite des entreprises — ne dépendent pas d'un calcul de prévisions fait à l'avance sur une période de plusieurs mois ou de plusieurs années, mais sur quelques jours ou quelques semaines seulement. On ne peut à l'automne savoir quelle sera la réussite d'une plantation de fleurs dans la culture de plein air des rivages méditerranéens. Un hiver froid et ensoleillé apportera en principe le double de rentrées financières d'un hiver doux et pluvieux. Les horticulteurs ligures et azuréens le savent bien et s'équipent le plus possible contre ce dernier type de temps, catastrophique, qui en développant la récolte provoque l'effondrement des prix. Les producteurs néerlandais et danois savent qu'une vague de froid venue de l'est les oblige à augmenter le chauffage de leurs serres et à monter leurs prix.

Les horticulteurs jouent leur réussite dans un autre domaine également : leur position par rapport aux circuits commerciaux. L'ampleur des circuits de distribution leur permet d'envisager des ventes sur la plupart des marchés d'Europe, la rareté des services les oblige à diriger l'essentiel de leur production sur un seul marché. Sur la Côte d'Azur ou en Ligurie, la multiplication des moyens de transport et la très grande variété de modes de commercialisation permettent aux horticulteurs ou aux expéditeurs de diriger la marchandise au cours d'une campagne vers les villes et les pays où les cours sont plus intéressants. Au contraire, les producteurs des îles anglo-normandes sont prisonniers d'un circuit de distribution qui conduit la presque totalité de leurs fleurs vers la capitale britannique.

La multiplicité des types d'entreprises et à l'intérieur des mêmes régions la gamme très étendue de types de production permet à tous les producteurs de pouvoir vivre au sein de la communauté agricole. L'évolution moderne offre de plus en plus aux floriculteurs des

possibilités, des tentations de perfectionnement, il ne faut pas croire, ni admettre, *à priori*, que ceux qui ont la possibilité ou la capacité de s'équiper de la sorte fournissent à la fois des fleurs de meilleure qualité et de prix plus bas. Le maintien de la petite entreprise familiale dans toutes les régions de floriculture européenne est la preuve même de la force des petites entreprises face aux grands complexes capitalistes de production. Très souvent ce sont les facultés du producteur à écouler sa marchandise, donc ses qualités de commerçant plus que de technicien, qui assurent sa réussite. On en veut pour preuve les exemples suivants.

Lorsqu'on évoque la floriculture azuréenne on imagine volontiers qu'elle possède tous les atouts pour assurer la réussite à tous les types d'entreprises. Le soleil et la température permettent en principe une production de qualité toute l'année et suffisamment abondante pour pouvoir alimenter un courant d'approvisionnement régulier vers les différents marchés européens. Il ne manque à la vallée de la Loire qu'une température hivernale plus élevée pour pouvoir disputer le marché aux productions de la Côte d'Azur. Si les producteurs de la région d'Angers ou d'Orléans peuvent chauffer leurs établissements protégés par des abris de fortune, ou par des serres à long amortissement, ils fournissent des fleurs à Paris à meilleur compte que les fleurs du Midi. Ils doivent assumer moins de frais de transport jusqu'à la capitale et les fleurs sont aisément compétitives. Or les frais de chauffage des producteurs de la région d'Angers sont compensés par la seule différence sur le prix du fumier de ferme. Tandis que les Azuréens doivent s'adresser aux éleveurs de la Haute-Savoie pour obtenir la livraison par camions du fumier, les éleveurs de Vendée offrent aux horticulteurs d'Angers un produit quatre fois moins cher livré à domicile. Le bénéfice réalisé sur la fumure compense le plus souvent les frais de chauffage.

Certes, les dépenses d'équipement en serres et en chaudières, ne sont pas comptées. En réalité d'autres éléments doivent entrer en considération dans cette ébauche de comparaison (39). La main-d'œuvre est moins chère en Anjou que dans les Alpes-Maritimes, les conditions de logement reviennent à meilleur compte (certains horticulteurs azuréens faute de trouver des logements adéquats installent, mais à quel prix, leurs familles d'ouvriers ibériques dans des villas qui, l'été, reçoivent une clientèle bourgeoise cossue). D'autre part, la serre est souvent moins chère dans la moitié septentrionale de la France que dans sa partie méridionale pour des raisons de coût de transport. Parfois des possibilités d'arrangements insoupçonnées viennent modifier les conditions économiques. Ainsi, en échange de la signature d'un contrat de fourniture d'une grosse quantité de mazout, un commerçant en combustibles a prêté pour vingt ans une chaudière à un horticulteur. Tous deux y trouvent leur compte, le premier parce qu'il est assuré pendant cette période de grandes livraisons de mazout, le second, démuni des ressources financières capables de lui permettre l'achat d'une chaudière, peut désormais, dans la vallée de la Loire, produire des fleurs à des prix de revient analogues à ceux de la Côte d'Azur.

3. Les types d'entreprises

Le monde des horticulteurs de plus en plus a tendance à se séparer en deux types d'entreprises. Les entreprises familiales s'opposent, par leur conception de la floriculture, aux grandes exploitations capitalistes. Il est difficile de trouver des exemples qui réalisent une situation intermédiaire entre les deux types.

Les techniques traditionnelles, peu onéreuses sont utilisées par les horticulteurs dans leurs exploitations familiales. Par principe ils ne disposent pas de grosses ressources

---

(39) F.H., 9, 1966 : Chronique économique. Commission des Prix ; *prix pour l'automne 1966.*
R.H., 1, 1961. *Comment diminuer le coût de la main-d'œuvre en culture florale.*

financières, même si leur exploitation est rentable, et surtout, ils ne peuvent profiter de très grosses possibilités d'emprunt. Quand bien même ils emprunteraient facilement, leur revenu ne serait pas suffisant pour payer les intérêts de l'emprunt et le remboursement. La plupart des Caisses de Crédit Agricole n'ont pas encore compris, ou voulu comprendre, que la période la plus difficile pour rembourser un emprunt s'étend sur les deux premières années. On ne peut à la fois construire une serre et développer une culture dans ce milieu artificialisé. Donc les deux premières années sont toujours marquées par des rentrées d'argent inférieures à celles de leurs suivantes. En ce début de période succédant à l'emprunt, les intérêts à verser sont les plus lourds. Rares sont les remboursements qui s'étalent au-delà de dix ans. De la sorte, les petits exploitants ne peuvent compter que sur l'autofinancement. Aussi leurs installations apparaissent comme rudimentaires pour des regards non prévenus : le verre des serres est plus fin, les montants sont en bois et le métal ne se trouve qu'aux emplacements indispensables, les fondations de la serre sont élémentaires, le chauffage n'est pas prévu pour le forçage, la matière plastique remplace des abris vitrés, l'arrosage se fait à la main, et tout au plus est semi-automatique, le tuteurage est manuel. Toutes ces opérations sont grosses consommatrices de main-d'œuvre ; mais l'horticulteur ne compte ni son temps ni sa peine puisque c'est sa seule manière de pouvoir équilibrer son budget.

Il utilise le travail de sa femme et de ses enfants, souvent au détriment de leur instruction. Lorsqu'il commercialise sa production, elle représente le fruit d'un énorme labeur, mais elle est toujours de type artisanal ; bien soignée elle est de bonne qualité. Seuls, fournissent des produits médiocres, les nouveaux venus ou ceux qui s'avèrent incapables de pratiquer l'autofinancement. Ceux-là ne peuvent réussir que dans la mesure où ils réaliseront d'abord des bénéfices sur d'autres cultures, en particulier les produits maraîchers plus rapides à venir, et où ils reporteront une partie de leurs bénéfices dans des investissements floricoles.

Très différentes sont les entreprises capitalistes : elles sont de deux origines. Ou bien ce sont de très anciennes entreprises horticoles souvent vieilles de plus d'un siècle, et dans ce cas l'autofinancement, pendant trois générations au moins, a pu permettre le développement d'une grosse exploitation utilisant une main-d'œuvre abondante ; ou bien de nouveaux venus décident d'utiliser des capitaux disponibles dans une entreprise horticole. Dans ce cas il y a mutation de fonction et, par l'abandon de ses anciennes fonctions, le capitaliste devient chef d'entreprise floricole. Il lui arrive, conscient de ses lacunes techniques de confier la gestion de son exploitation à un spécialiste bien rémunéré. Possesseur de gros capitaux il trouve très facilement à emprunter d'énormes sommes qui peuvent couvrir jusqu'à la moitié de son premier capital (certains hommes d'affaires ont ainsi perçu jusqu'à 200 millions d'anciens francs pour créer des cultures sous serres en banlieue). Ainsi d'énormes complexes de production, dotés des éléments les plus modernes de culture et des techniques les plus perfectionnées, entrent en compétition avec les producteurs traditionnels et les entreprises archaïques. Dans toutes les régions de floriculture on rencontre la coexistence de ces deux systèmes de culture. On aura l'occasion d'examiner la façon dont évoluent les deux types et de préciser la faiblesse de leurs structures et leurs avantages réciproques.

III. LES RÉGIONS FLORICOLES

INTRODUCTION

En règle générale, les producteurs méditerranéens alimentent le marché européen d'octobre à avril-mai ; les régions au nord d'une ligne Nantes-Genève-Vienne prennent le relais de la fin du printemps au début de l'automne. En réalité, grâce à de multiples modifications que l'on verra, les « Nordiques » produisent presque toute l'année certaines variétés de fleurs, détruisant lentement ce qui a fait la renommée de la *floriculture* hivernale méditerranéenne par l'intermédiaire de son *soleil*. *Les régions péri-urbaines*, mieux situées dans l'Europe du Nord-Ouest pour approvisionner la clientèle, sont donc en passe de devenir les grands centres horticoles de l'Europe. Puissamment équipées, alimentées en capitaux venus de l'industrie, pourvues en main-d'œuvre, elles disposent d'atouts considérables. La réplique des « Méditerranéens » a été réalisée par l'utilisation des armes des concurrents, c'est-à-dire des techniques intensives mises au point dans le nord de l'Europe. Dans les régions horticoles traditionnelles, mais le plus souvent sur des terres nouvelles, ainsi bonifiées, se sont installées des entreprises capitalistes profitant des conditions climatiques sans doute, mais dirigées par des techniciens spécialistes s'appuyant sur une infrastructure de production (serres de forçage par exemple) très complète et fournissant en abondance des produits de haute qualité. Les moyens de transports rapides et de moins en moins chers font que cette *floriculture* joue son va-tout grâce à l'*avion*.

Rythme de production ? Calendrier agricole ? Ces données de l'agriculture traditionnelle sont désormais dépassées, périmées. L'intensité du rendement seule compte, l'ampleur du bénéfice est la recherche essentielle. De 120.000 à 200.000 fleurs d'œillets à l'hectare, de 30.000 à 60.000 bégonias à l'hectare, tout le secret de la rentabilité de l'exploitation est là. Aux *vieux producteurs* s'appuyant sur une main-d'œuvre familiale, s'opposent les *grandes entreprises* de plusieurs dizaines d'ouvriers salariés, les deux ensembles se livrant une terrible concurrence pour la survie de leur système. Voilà un important aspect à débattre pour déterminer laquelle des deux structures est la plus appropriée aux conditions des marchés. L'*argent* (capital investi, bénéfice) prend désormais le pas sur les impératifs climatiques, pour déterminer les types de floriculture.

Si trois grands systèmes de floriculture s'individualisent en Europe occidentale, on peut toutefois distinguer quatre ensembles, d'inégale importance d'ailleurs. LA COTE D'AZUR, pour de nombreuses raisons, apparaît comme le domaine horticole le plus ancien, le plus complexe, celui qui pose en grand nombre les délicates questions relatives à l'évolution des grandes régions floricoles. Comme le Midi azuréen en français, LIGURIE, TOSCANE et VAL DE LOIRE ont développé la spécialisation horticole ornementale pour des raisons naturelles. Ces trois ensembles de production sont donc à regrouper dans une étude comparative. LES REGIONS DE CULTURE PERI-URBAINE constituent une masse puissante, bien organisée, incapable toutefois de satisfaire la demande locale. En effet, Allemagne fédérale, Suisse, Royaume-Uni, ont des productions florales importantes mais déficitaires (voir tableau « Production ornementale en Europe »). Pays-Bas, Belgique, France, Italie et Danemark, à certaines périodes de l'année, leur marché national une fois pourvu, disposent de quelques

1. Bulbiculture

VALEUR			SURFACES			PAYS
1950	1960	1966	1950	1960	1966	
—	—	—	277	595	454	..... République F.
1,5	3,6	5,2	238	—	316	..... Belgique
—	6	—	—	—	—	..... France
—	1	3,3	—	—	341	..... Italie
19,7	49	66,3	6.509	9.817	11.533	..... Pays-Bas
—	—	—	—	—	—	..... Autriche
—	—	2,2	316	719	770	..... Danemark
—	—	—	8	—	—	..... Norvège
—	8,1	7,1	—	1.908	—	..... Royaume Uni
—	—	—	—	—	—	..... Suède
—	—	—	—	—	—	..... Suisse
—	—	—	—	—	—	..... Finlande

3. Cultures florales

PAYS	VALEUR			SURFACES GENERALE					
				1950			1960		
	1950	1960	1966	TOTAL	Plein Air	Sous serres	TOTAL	Plein Air	Sous serres
République F.	57,1	147,9	—	3.767	3.147	620	7.112	5.712	1.400
Belgique	10,1	17	36,9	542	366	176	707	504	203
France	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Italie	32,4	74,8	126,3	3.461	3.285	176	6.587	6.026	561
Pays-Bas	16,6	35,8	91,1	1.151	870	281	1.478	980	498
Autriche	—	5	—	—	—	—	444	362	82
Danemark	13,2	20,2	40,1	405	265	140	599	453	146
Norvège	—	13	—	—	—	42	—	—	96
Suède	—	29	—	—	—	211	679	412	267
Suisse	—	10	—	466	357	109	—	—	—
Finlande	—	—	—	91	75	16	—	53	—
Royaume Uni	27,7	51,5	—	—	—	236	5.956	5.617	339

(1) Publié avec l'aimable autorisation du Président de l'A. I. P. H. qui tient à souligner l'imperfection de tels tableaux, ébauche

ORNEMENTALE EN EUROPE [1]

2. Les plantes de pépinières ornementales

VALEUR GLOBALE			SURFACES					
			GÉNÉRALES			PLANTES ORNEMENTALES		
1950	1960	1966	1950	1960	1966	1950	1960	1966
22,6	40	—	7.700	10.615	11.990	—	—	—
4,9	13,6	25,7	1.425	1.456	1.940	321	410	635
23,5	—	—	—	—	—	—	—	—
—	14	—	4.920	7.000	—	—	—	—
3,7	11,6	25,9	2.954	2.782	3.296	1.414	1.778	2.253
—	4	—	794	924	1.166	—	—	—
3,8	4	8	2.590	2.057	2.726	—	1.140	—
—	1	—	325	277	—	73	135	—
15,6	27,7	—	4.250	5.370	—	—	2.369	—
—	7	—	1.741	619	—	—	—	—
—	3	—	452	—	—	—	—	—
—	—	—	306	301	—	80	162	—

SURFACES											
GENERALE			FLEURS COUPÉES								
1966			1950			1960			1966		
TOTAL	Plein Air	S[s] serres	TOTAL	Plein Air	S[s] serres	TOTAL	Plein Air	S[s] serres	TOTAL	Plein Air	S[s] serres
5.606	3.971	1.635	—	—	—	5.176	4.499	677	3.935	2.928	1.007
—	—	278	295	265	30	256	186	70	243	144	99
—	—	—	—	—	—	7.500	—	—	—	—	—
7.141	5.955	1.186	2.976	2.831	145	5.573	5.175	398	6.218	5.275	943
1.930	1.026	904	730	584	146	972	650	322	1.368	619	749
—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
810	450	360	—	—	91	—	—	77	456	294	162
—	—	—	97	77	20	148	96	52	—	—	—
—	—	—	—	—	—	—	—	171	—	—	—
—	—	—	236	208	28	—	—	—	—	—	—
—	—	—	—	—	—	—	—	54	—	—	—
—	—	460	—	—	116	—	—	210	—	—	248

d'une documentation statistique européenne.

excédents d'exportation. Ces pays sont peuplés de la masse la plus importante des consommateurs ; ils forment un groupe homogène. Les nouveaux venus à la floriculture, par l'intermédiaire des moyens de transports rapides à longue distance ont déterminé un nouveau type de FLORICULTURE REPARTIE DANS L'ENSEMBLE DU MONDE, et intervenant par à-coups sur les grandes places du marché européen. Dans la mesure où les transformations de la floriculture européenne nous apparaîtront relativement lentes, des rivages de la Méditerranée à ceux de la mer du Nord, le dynamisme caractérisera par contraste ces nouveaux concurrents. L'étude des productions nationales est indispensable pour mettre en place les éléments du commerce européen des produits ornementaux.

CHAPITRE I

LA COTE D'AZUR, BERCEAU DE LA FLORICULTURE

Il est normal que les plus anciennes régions horticoles se soient constituées dans les zones les plus favorisées par les climats européens, c'est-à-dire, pour l'essentiel, dans le domaine méditerranéen. Cependant, des climats locaux particuliers, comme celui du Val de Loire, ont pu, en même temps que dans le midi de l'Europe, faciliter le développement de l'horticulture. La pépinière réclame un peu moins de soleil mais tout autant de douceur dans les variations saisonnières de température, si l'éclairage peut être plus tamisé, l'eau par contre doit être abondante.

Ainsi, tout un ensemble de zones de production demeure dépendant du milieu naturel. Parmi les éléments du climat, l'insolation reste déterminante, car elle facilite la croissance des plantes, élimine les risques de coups de froid, donne à la floraison toute son ampleur et sa beauté. La Côte d'Azur, la côte varoise, la Ligurie, ont été choisies comme point de départ de la production en raison de leurs avantages climatiques. Chacune de ces régions évolue de nos jours selon un processus original. Toscane et Val de Loire doivent autant à leurs sols qu'à leur climat les faveurs des pépiniéristes. Ici l'homme a utilisé les possibilités offertes par le milieu naturel en fonction d'une situation de marché : la demande de plants pour les jardins et les parcs.

Il n'en demeure pas moins que les éléments constitutifs des ensembles de culture se retournent dans une certaine mesure contre les producteurs actuels. Le climat n'est pas parfait ; tantôt trop sec, tantôt trop froid, il provoque des coups de vent, des variations brutales du degré hygrométrique, tous éléments que ne connaissent pas les producteurs sous serres des pays septentrionaux. Après avoir admiré le prodigieux essor des cultures de plein air des régions méditerranéennes, il faudra décrire un malaise plus ou moins apparent dans ces grandes régions de production. Cette conjoncture est masquée par la progression des surfaces et celle de la valeur des produits vendus ; mais la progression n'est pas proportionnelle au développement de la demande. Voilà la preuve de la croissance d'autres régions qui ont su prendre certaines places sur les marchés de consommation.

De la rade de Toulon à l'Apennin de Rapallo, France et Italie possèdent deux ensembles régionaux favorisés par un climat où l'influence méditerranéenne prédomine. La Côte d'Azur et la Ligurie sont les centres principaux, tandis que vers le Var, à l'ouest, et Gênes et La Spezia à l'est, des zones de cultures moins denses et de constitution plus récente prolongent l'activité floricole. De l'Esterel à la plaine de Taggia, un des milieux naturels les plus originaux, a donné naissance à une région floricole bien individualisée en Europe. En Hollande, en Belgique, dans la vallée de l'Elbe en amont de Hambourg, en Toscane, toutes les cultures florales se développent dans une plaine alluviale. Sur les rivages méditerranéens au contraire la floriculture est surtout attirée par les coteaux. Le climat azuréen en effet offre des conditions

idéales dès que l'exposition permet de recevoir les rayons du soleil à la perpendiculaire. On recherche surtout l'intensité lumineuse et calorifique, rencontrée sur les pentes des adrets, en réalité sur tous les versants qui ne regardent pas vers le nord et dont l'altitude ne dépasse pas trois cents mètres.

La région se compose de deux ensembles de reliefs de part et d'autre de la large échancrure du Var. A l'ouest, de Mandelieu à Gattières, s'étale le moyen pays canno-vençois qui, par Grasse, multiplie les plateaux où les collines s'inclinent lentement vers la mer. L'origine géologique de cet ensemble, calcaires du Jurassique ou du Crétacé, molasse du Miocène, multiplie les sols qui se réchauffent vite le matin et dont la pente naturelle, autant que la texture, favorise le drainage. Tous ces éléments conviennent parfaitement aux cultures florales. Le delta pliocène du Var, surélevé jusqu'à près de quatre cents mètres et découpé par une intense érosion en serres inclinées vers la mer, constitue les meilleures terres horticoles. L'arc préalpin de Nice tombe avec trop de vigueur sur la Méditerranée pour multiplier les endroits favorables à l'agriculture. Il faut se contenter des éperons orientés suivant une direction méridienne comme le mont Boron et le Cap Ferrat, pour trouver quelque terrain convenable à bonne altitude.

Sortie de sa léthargie séculaire à la fin du dix-neuvième siècle, l'horticulture a été d'abord un jardinage. Elle est devenue ensuite l'occupation essentielle sur la Côte d'Azur (1), suscitée par les nombreux jardins et les parcs privés qui se constituaient. Bientôt le surplus de la production a été commercialisé au loin grâce au développement des chemins de fer en direction du centre de la France et de Paris. Parallèlement, l'Italie, pour les mêmes raisons, créait une zone floricole en Ligurie. Ainsi a pu se constituer un ensemble de culture homogène et dynamique de part et d'autre de la frontière franco-italienne sans que jusque vers le milieu du vingtième siècle une concurrence importante vienne troubler dans ces deux pays un essor harmonieux.

La production azuréenne est en pleine évolution, car la marchandise de médiocre qualité ne trouve plus preneur au moment où les fleurs italiennes et néerlandaises, où la bonne qualité est fréquente, favorisées en outre par les abaissements de droits de douane dans le cadre des accords du Marché Commun, pénètrent sur le sol français.

On est donc amené à étudier en France, comme en Italie, les régions traditionnelles de production, avant de découvrir les centres plus récents ou moins importants comme Toscane, Latium, Val de Loire, banlieue parisienne et même des centres dispersés comme ceux de l'Italie du Sud et de Bretagne.

---

(1) R.H., 9, 1960 : L'évolution de l'horticulture dans les Alpes-Maritimes, de 1860 à 1960.

I. L'utilisation du milieu naturel

En guise de préambule et pour faire saisir les difficultés de pénétration de la situation horticole dans les Alpes-Maritimes, premier département floricole de France, et l'une des premières régions de production du monde, l'on rapportera trois extraits de rapports très officiels.

— Le président de la Fédération Départementale des Syndicats des Exploitants Agricoles, dans son rapport au VI[e] Congrès de la Fédération Nationale des Fleuristes de France, tenu à Nice en septembre 1966, écrit : « En l'absence de statistiques précises tous les chiffres sont approximatifs. Ils sont la synthèse de ceux établis par les organismes économiques du département, les professionnels et surtout les services agricoles. »

— Le directeur de la Direction des Services Agricoles lui renvoie la balle (B.T.I. 133-58) : « Dans toute discussion économique sur les cultures florales on est obligé de constater que l'on manque de bases sérieuses. »

— L'enquête la plus récente (Ministère de l'Agriculture, enquête horticole des Alpes-Maritimes, 1962-63) avoue dès la page trois : « La diminution (des chiffres) a suscité certaines réserves de la part des milieux compétents. Elle serait due à « une certaine tendance de sous-« évaluation dans les réponses des producteurs » !

Les paragraphes qui vont suivre ne sauraient en aucune manière être péremptoires, et la plus grande prudence sera observée vis-à-vis des renseignements très nuancés que l'on devra utiliser.

1. Des conditions naturelles exceptionnellement favorables

Climat et sol ont favorisé voici un siècle, en dehors de toute autre considération, la naissance de l'horticulture florale. A l'heure actuelle si ces deux facteurs ne jouent plus un rôle déterminant comme par le passé, ils n'en continuent pas moins de donner à la Côte sa vocation horticole. L'irrigation est venue, dans l'intervalle, accroître les possibilités de culture ; la construction de serres a étendu l'éventail des productions.

Les terres de la Côte d'Azur sont variées. Malgré la possibilité actuelle de pratiquer des cultures en milieu artificiel sous serre ou grâce à de la terre rapportée, la localisation des principales espèces florales et leur choix ont été déterminés par des conditions pédologiques et climatiques.

Les sols, de l'Esterel à la Ligurie, sont de trois types. Les premiers sont acides et proviennent des roches volcaniques ou métamorphiques du massif de l'Esterel-Tanneron. Ils supportent des cultures de mimosas. Les seconds sont formés par les plis calcaires jurassiques et crétacés des Préalpes et s'étalent par fragments d'Antibes à Gattières et de Nice à Menton. La podzolisation est réduite puisque le climat est de tendance subdésertique ; alumine et fer non lessivés restent en surface et constituent des *terra rossa* à Antibes, Villefranche et Menton. Les derniers sont les sols détritiques provenant soit de la molasse tertiaire de l'avant-pays vençois et grassois, soit du poudingue pliocène du Var (formant les meilleures terres à roses et œillets), soit des dépôts alluviaux des basses vallées (Siagne, Loup et Var). Les sols ont donc permis la culture d'un grand nombre de variétés. L'eau est abondante le long du littoral car les torrents dévalant des plis calcaires sont nombreux mais

leur débit est très irrégulier ; la nappe phréatique de la plaine alluviale du Var est un apport plus sûr. En réalité, l'essentiel de l'eau d'irrigation provient des canalisations du réseau de distribution urbain, la croissance des villes ayant nécessité la construction de canaux et de conduites dont les horticulteurs profitent pour y puiser d'importantes quantités.

La plupart des sols horticoles sont aujourd'hui devenus des sols artificiels. Plusieurs décennies de culture les ont transformés par les apports d'engrais, de tourbe, de terreau, de fumier, et leur texture importe en réalité beaucoup plus que leur composition chimique. Le passage de l'eau à travers les sols est plus important que la fertilité ou la pauvreté de la terre arable. Il n'en demeure pas moins que dans l'ensemble la région méditerranéenne est favorable à l'horticulture.

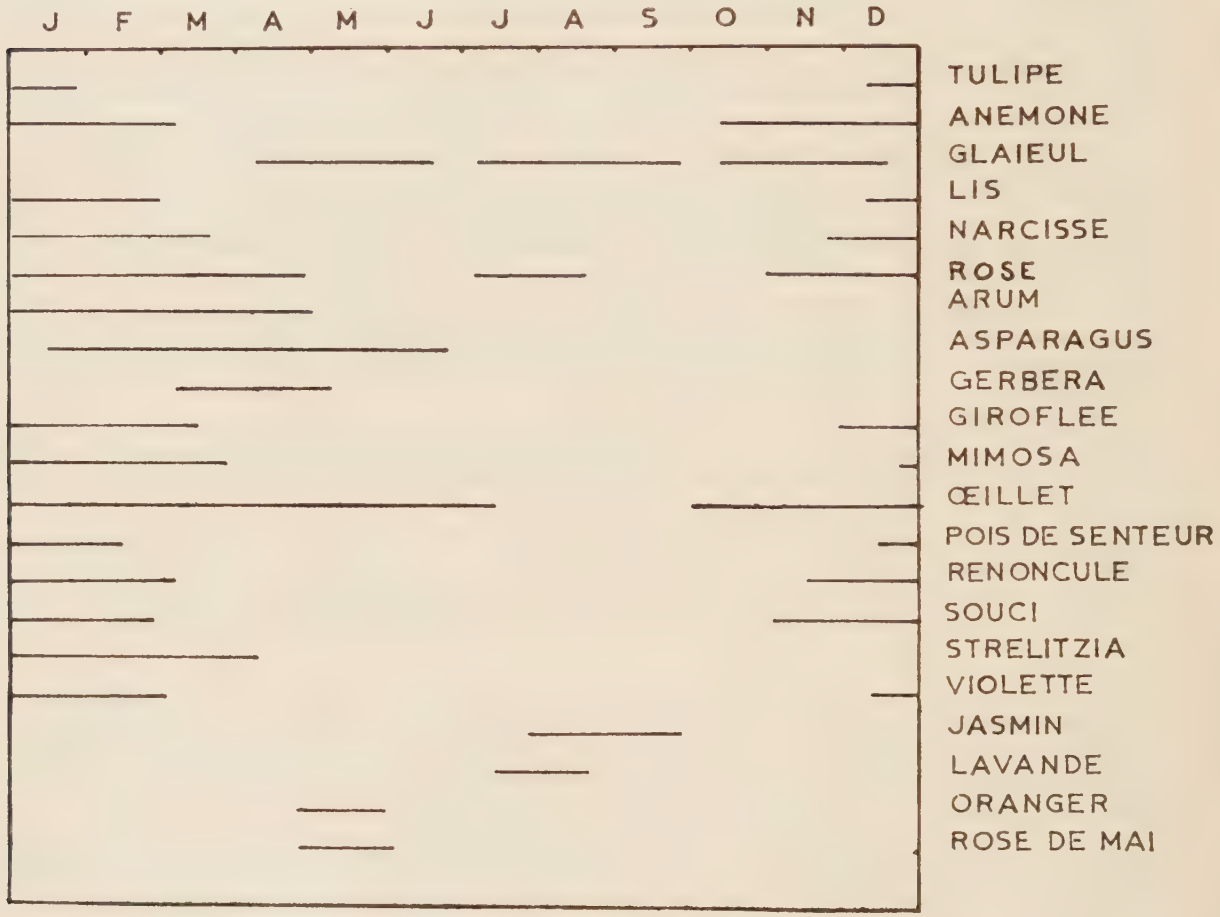


Figure 3 : Vocation hivernale de la Côte d'Azur

2. Le climat niçois

La floriculture méditerranéenne est bien fille du soleil. Mais dans quelle mesure ? Il s'agit ici de prouver de quelle façon l'horticulture de plein air se trouve dans les meilleures conditions de développement de la France et même du pourtour méditerranéen. On a souvent insisté sur les avantages climatiques du milieu azuréen à propos du tourisme hivernal, mais l'essor de l'horticulture est lié à des phénomènes climatiques qui n'interviennent pas

directement dans le choix des individus à la recherche d'une résidence. On serait même tenté de dire *au contraire*. Cependant, la production florale azuréenne est surtout hivernale (voir figure 3).

Il faut, on l'a montré plus haut (2), que les plantes à fleurs disposent pour atteindre un épanouissement rapide et une bonne floraison, d'une température convenable, d'un ensoleillement favorable à la croissance et à la coloration des fleurs, d'une humidité qui élimine le risque d'étiolement des plantes. C'est donc une sorte de variante climatique du milieu tropical humide, atténué dans ses tendances extrêmes, où l'humidité est harmonieusement répartie dans l'année et la journée, où l'insolation est la plus importante possible, et où la température (en ce domaine géographique c'est là l'élément essentiel) ne descend pas trop bas en hiver, qui semble le climat le plus favorable à la floriculture. En tout cas les coups de froid ne doivent être que très exceptionnels et ne pas provoquer de descente de température trop grave. La vie des plantes annuelles serait compromise et surtout celle des plantes et des arbustes cultivés pendant de très longues périodes (ruscus, vingt ans ; asparagus jusqu'à vingt-cinq ans ; strelitzias également).

Le climat niçois tel qu'il a été étudié par le service du Centre Principal de Météorologie de l'Aéroport de Nice-Côte d'Azur (3) apparaît comme un des plus favorables à ce type de culture de plein air. Cela se traduit par une plus faible extension des surfaces sous abri que de l'autre côté du Var et surtout que sur les collines de la Ligurie où la protection des cultures par le verre et la matière plastique est à l'heure actuelle généralisée dans le cadre d'une recherche de l'amélioration de la qualité des fleurs.

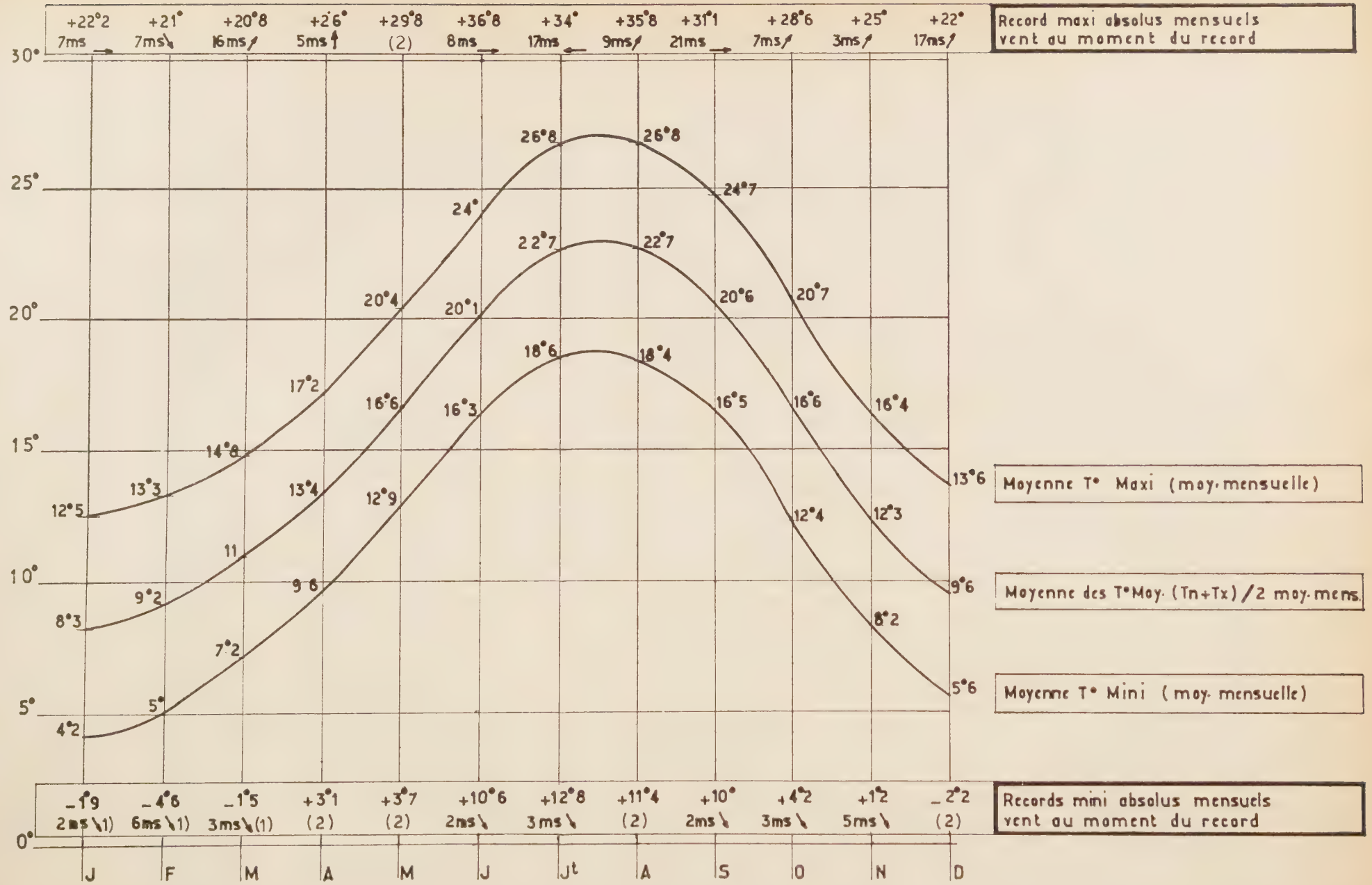
Différents types de temps affectent la région niçoise, chacun d'eux dépendant étroitement de la direction des masses d'air. Les masses d'air chaud et humide de la Méditerranée peuvent aborder le littoral niçois sans aucune déformation par la baie des Anges, c'est-à-dire dans un secteur largement ouvert du sud-ouest au sud-est, délimité par les caps d'Antibes et Ferrat. Dans toutes les autres directions, sur 270° environ, les masses d'air qui parviennent à Nice, subissent une turbulence due à la présence du relief. L'obstacle topographique est très important, la disposition du cap Ferrat, s'avançant en une lanière orientée du nord au sud et s'élevant jusqu'à 178 mètres d'altitude, est suffisante pour arrêter, dans la mesure où les masses d'air sont peu dynamiques, l'air froid glissant le long de la côte italienne vers Nice. Le cap Camarat, loin à l'ouest, proue des Maures, et surtout le cap d'Antibes (70 mètres et de même orientation que le cap Ferrat) assurent une protection assez efficace contre le mistral, quand celui-ci est très atténué. Le vent est alors détourné vers le large et les collines niçoises ne sont pas atteintes par le rafraîchissement consécutif à son passage. Quand il est trop violent pour être arrêté ou détourné, il parvient à Nice, mais après avoir subi un soulèvement en franchissant les reliefs antibois. Le mistral est donc toujours accompagné à Nice d'un effet de fœhn.

La barrière orographique de l'arrière-pays, de Grasse à Menton, joue un rôle d'écran plus sûr que les chaînons côtiers. Dans l'ensemble des régions méditerranéennes, et en tenant compte de la trajectoire habituelle des masses d'air atlantique, il n'existe pas de région où le relief soit aussi important et si proche de la mer. Le Cheiron, avec ses 1.776 mètres est une barrière essentielle de près de vingt kilomètres de long, protégeant de son énorme masse l'arrière-pays grassois. La plupart des perturbations qui traversent le midi de la France, de l'automne au printemps, rencontrent là un obstacle majeur. Lorsque leur trajectoire est plus méridionale, elles subissent un soulèvement en altitude si important qu'elles passent au-dessus de la Côte d'Azur sous la forme de nuages très élevés, incapables même de voiler le ciel et de supprimer l'ensoleillement. Pendant que le reste de la France subit un temps couvert, la Côte d'Azur profite d'un ensoleillement décisif pour la réussite de l'horticulture et les activités

---

(2) Techniques de production, page 50

(3) Les ingénieurs du Centre de Météorologie de Nice ont facilité nos recherches en nous communiquant un grand nombre de données encore manuscrites et en cours de publication dans le « Bulletin annuel de la Commission météorologique des Alpes-Maritimes ».
Les travaux de MM. Edelga et Louis sont ici largement utilisés.



(1) NEIGE LA VEILLE (2) CALME

TEMPERATURE DE L'AIR A NICE 1941-60

Figure 4 : VARIATION DES TEMPERATURES A NICE : Evolution des températures moyennes

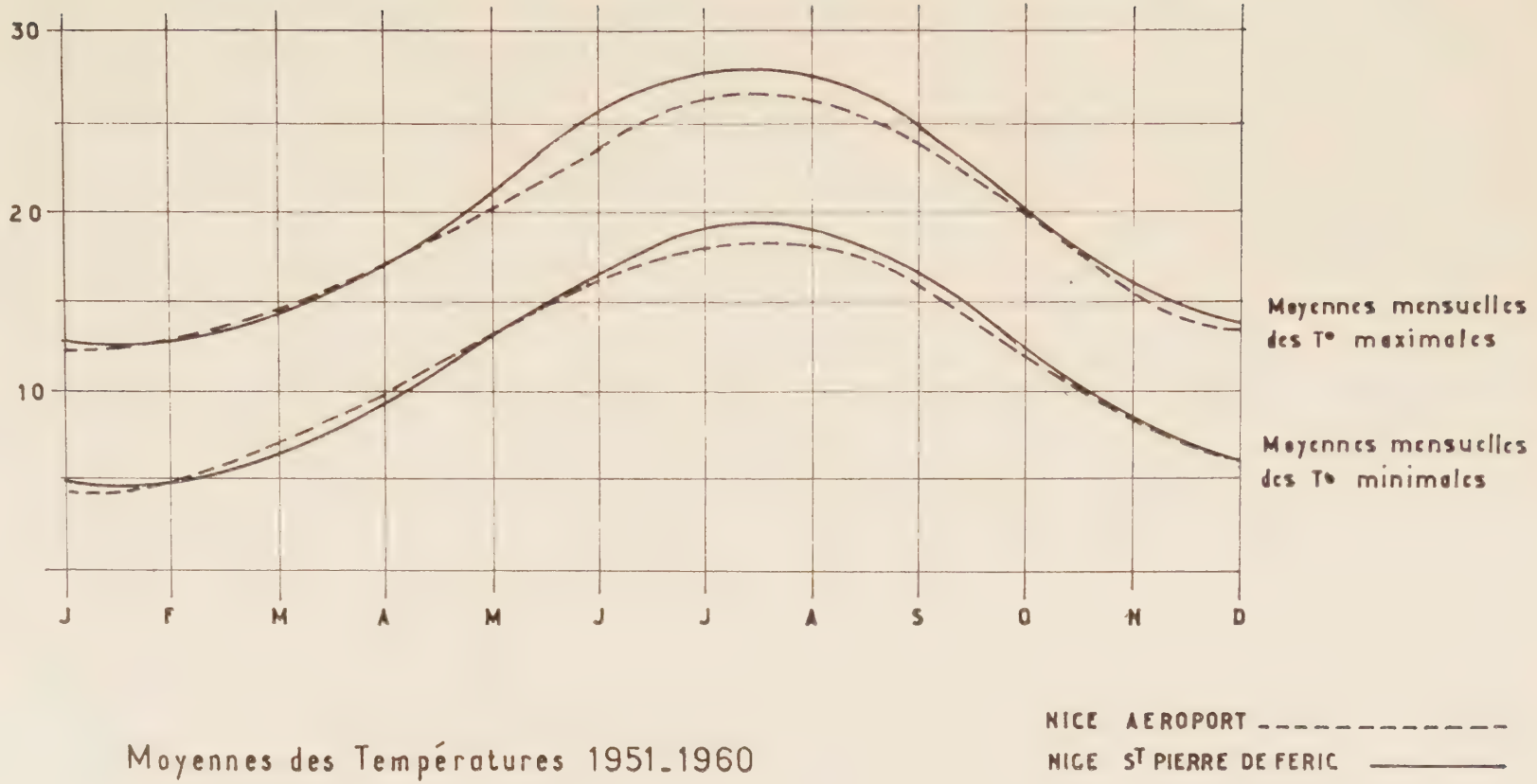


Figure 5 : VARIATION DES TEMPERATURES A NICE :
Evolution des températures moyennes à Nice-Aéroport et Nice-Saint-Pierre-de-Féric

des hommes et en particulier le tourisme. Les Préalpes niçoises agissent de la même façon ; le mont Agel avec 1.110 mètres d'altitude à moins de trois kilomètres de la mer, dominant Monaco et Menton de ses paquets de calcaires, est le bastion avancé d'une vaste chaîne complexe qui se termine au nord du département des Alpes-Maritimes par le massif du Mercantour. Ce dernier, fort d'une suite de sommets dont l'altitude varie autour de 3.000 mètres, arrête l'air froid qui stagne dans la plaine du Pô. L'air continental balkanique ne peut en hiver atteindre les Alpes-Maritimes. A la rigueur, et avec effet de fœhn il peut s'écouler par le col de Tende et la vallée de la Roya jusqu'à Vintimille. Ainsi s'explique la fréquence des vents d'est entre Vintimille et Nice en hiver.

Deux vallées échancrent ce relief massif, celles du Var et du Paillon. Du Var ne provient aucune masse d'air perturbé ; toutefois huit jours sur dix en hiver, fonctionne la brise de terre qui s'évase sur le bas delta en direction de Cagnes et de Nice. Plus froid est l'air s'écoulant par la vallée du Paillon, étroite, qui laisse rapidement descendre l'air des cimes venu de 1.500 mètres, c'est-à-dire des massifs de Peira-Cava et de la Rocca-Seira. Les collines de Rimiez et de Saint-André, au nord-est de la commune de Nice, sont plus froides en hiver que celles de l'ouest de la ville, formées par les serres de l'ancien delta du Var.

Autrement dit, la direction des vents est prédominante dans la définition du climat niçois. Presque dans tous les secteurs, quand les masses d'air ne proviennent pas directement de la Méditerranée, l'effet de fœhn est fréquent Le plus bel exemple s'est produit le 16 décembre 1962, s'est renouvelé, avec moins d'intensité les 11 et 12 décembre 1964. Dans le premier cas la température s'est élevée en trois heures de 14 degrés. La plupart des dégâts dus au climat ont pour origine une tempête (90 % des sinistres soumis à l'appréciation du Centre Météorologique de Nice sont le fait du vent).

La température, si elle est typiquement l'exemple d'un climat méditerranéen tempéré, reste toute l'année positive. A la station de Nice-Aéroport, la moyenne du mois de janvier est de 8°,3, et le record des minima enregistrés en ce mois (1956) avec — 1°,9 par vent de 2 m/s de nord-ouest soufflant sur un sol recouvert la veille par la neige, est inférieur à celui de février 1956. La moyenne de ce mois est de 9°,2 mais le record de froid a été de — 4°,6 avec vent de 6 m/s de nord-ouest, soufflant sur de la neige. En décembre, en vingt ans de relevés, la température minimale record enregistrée — avec un temps calme — a été de — 2°,2. Les coups de froid ne sont donc pas responsables de la disparition de l'horticulture niçoise de plein air. Sur les coteaux, toute l'année, la température est encore plus élevée qu'au niveau de la mer (voir fig. 4 et 5). Le réchauffement matinal, en hiver, est plus rapide du fait de l'exposition. Plus que l'évolution des températures, celle des variations diurnes de l'humidité est un facteur déterminant de la réussite horticole. Par temps calme (24 % de fréquence annuelle) l'air maritime humide s'installe sur la ville et ses collines, avec un degré hygrométrique moyen de 58 %. Par vent de sud-est (17 % de fréquence), la brise marine est la plus chargée en humidité (degré hygrométrique moyen de 59 %) ; par vent de nord-est également (21 % de fréquence) la moyenne est assez élevée (57 %). Cependant dans cette direction le *Lombard* est chaud et sec (34 cas inférieurs à 29 % d'humidité en vingt ans) alors que le *Levante* est chaud et humide (75 cas au-dessus de 80 %). Les deux directions de vent qui amènent la sécheresse sont le vent de sud-ouest (17 % de fréquence) malgré son origine maritime, car il est presque toujours accompagné d'effet de fœhn, provoquant ainsi la plus faible humidité moyenne (46 %). Le taux d'humidité, sous un tel régime, est descendu 141 fois en vingt ans au-dessous de 30 %. Le vent de nord-ouest (21 % de fréquence), avec 52 % de degré hygrométrique moyen, est assez continental, mais la brise de vallée du Var est humide, tandis que par coup de fœhn l'humidité peut s'effondrer (63 fois en vingt ans au-dessous de 30 %).

Ainsi, pendant près des trois quarts de l'année, le taux d'humidité est relativement élevé. Toutefois il subit dans la journée des variations assez sensibles. Le réchauffement de fin de matinée et de début d'après-midi dessèche sensiblement l'atmosphère. Dès la disparition de l'ensoleillement, le taux d'humidité s'élève vite, au point que les plantes n'ont pas à

Figure 6

LA FLORICULTURE AZURÉENNE

supporter longtemps un air sec, et leur développement n'est pas freiné. C'est par régime de sud-ouest qu'il y a lieu de surveiller de près l'évolution des plantations et, si besoin est, d'accroître les apports en eau.

L'insolation semble moins décisive dans la formation des températures locales qui sont influencées par l'ambiance maritime, surtout en hiver. Si l'éclairement est un des plus longs de France dans l'année, il existe toutefois d'autres stations en Provence qui ont des temps supérieurs. La nébulosité azuréenne est provoquée par le passage en haute altitude des dépressions. La température à ce moment-là ne baisse pas à Nice, mais elle s'effondre par bel ensoleillement à Marseille ou à Toulon lors d'un coup de mistral qui dégage le ciel mais reste dangereux pour la végétation qu'il faut efficacement protéger par des abris.

Ainsi on peut considérer que le climat azuréen est suffisamment favorable à l'horticulture pour justifier, de la part des organisations professionnelles et surtout des pouvoirs publics une défense des floriculteurs dans ce cadre particulier.

3. Localisation des cultures

Les cultures forment rarement des blocs compacts à cause du morcellement du relief et de leurs exigences en matière de sols et de micro-climat. L'urbanisation dispute par ailleurs aux fleurs un espace devenu rare, citadins et floriculteurs ayant les mêmes exigences en matière de climat. Deux communes, celles d'Antibes et de Nice ont été les premières à commencer la culture des fleurs voilà bientôt un siècle (4). De nos jours elles ont constitué deux ensembles régionaux de culture, dont le plus vaste est celui d'Antibes. Il est difficile de fixer l'étendue des surfaces consacrées dans chaque commune aux cultures ; on avancera cependant les chiffres de 2.000 hectares autour d'Antibes et 1.500 autour de Nice.

La culture des fleurs occupe (voir figure 6) autour de la ville de Nice tous les coteaux entre le vallon de Magnan et le Var, sur six kilomètres de profondeur par rapport à la côte (5). Les collines de cailloutis pliocènes de Caucade, La Lanterne, Fabron, Saint-Antoine-Ginestière sont tout entières destinées à la culture des *œillets niçois* et de plus en plus à d'autres espèces. Les cultures gagnent ensuite Saint-Roman-de-Bellet où elles atteignent trois cents mètres d'altitude. L'altitude plus que les sols, toujours homogènes, explique la diminution puis la disparition de la culture vers le nord, dans la région de Colomars et La Sirole. Passé le vallon de Magnan, vers l'est, la culture est moins dense autour de Saint-Pierre-de-Féric et de Saint-Pancrace car la région est plus urbanisée puisqu'elle débouche au cœur de l'agglomération niçoise. Tout le versant de la vallée du Var, de Saint-Augustin à Lingostière est occupé par la dianthiculture. Au nord de la ville, les collines calcaires de Gairaut, quelques sols

---

(4) En l'absence d'un ouvrage traitant de l'évolution de la floriculture azuréenne, on peut consulter :
— Statistique agricole de la France, annexe à l'enquête de 1929, *Monographie agricole du département des Alpes-Maritimes* - 1937, elle-même complétée en 1958 par une nouvelle monographie agricole, publiée par la Documentation française.
— B.T.I., 32, 1948 : *La production des fleurs coupées dans les Alpes-Maritimes.*
— P.H.M., 1, 1964 : Même titre.
— Arnaud J. : *L'horticulture florale sur la Côte d'Azur.* Revue « *La Potasse* », 4, 1965.

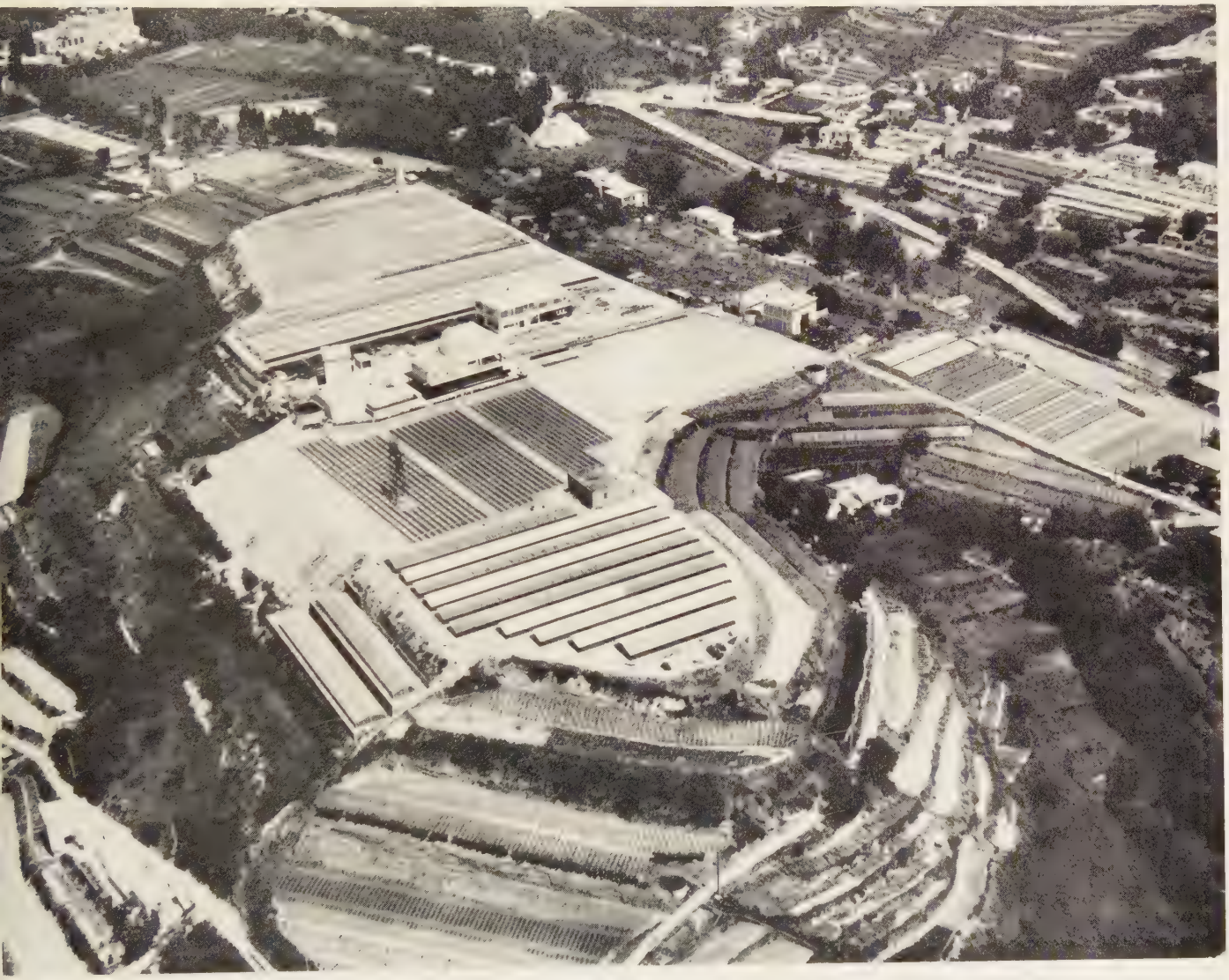
(5) R.H., 9, 1960 : *L'évolution de l'horticulture dans les Alpes-Maritimes, de 1860 à 1960.*
C.R. Journées florales, Nice, 1960. D.S.A. Roy : *Situation des cultures pour la fleur coupée.*
B.T.I., 9, 1958. Arnaud J. : *La situation des cultures florales dans les Alpes-Maritimes, aspects technique et économique.*

détritiques à l'Arénas et à Rimiez sont cultivés, pour peu de temps encore, en œillets. Dominant le Paillon, les plis de l'arc de Nice vers Saint-André et Cantaron portent quelques cultures dispersées ; ici l'altitude est compensée par l'excellente exposition au soleil levant. A l'ouest de la ville, les cultures disparaissent rapidement : le mont Boron, sur les flancs regardant la baie de Villefranche a quelques hectares d'œillets et d'arums et la culture se meurt sur les versants du mont Alban et sur les brèches du pédoncule du cap Ferrat à Villefranche et Beaulieu. Vers l'est, à l'approche de la frontière italienne, les fleurs disparaissent, les plis calcaires dominent de plusieurs centaines de mètres la mer ; Eze, Beausoleil, Monaco, n'ont pratiquement plus de cultures, il faut atteindre Roquebrune-Cap-Martin et la conque de Menton pour trouver quelques hectares isolés au milieu des constructions.

Franchi le Var, vers l'ouest, commence la deuxième région horticole ; on a pénétré dans la Provence et quitté le comté de Nice. La nature du peuplement et la mentalité ont changé. Saint-Laurent-du-Var est un nouveau grand centre en plein essor, bloc de culture compact dans la plaine du Var de part et d'autre du village, poussant des conquêtes sur les collines du bois de la Maure en direction de la Gaude, développant surtout, autour du coteau du Ragadan, ses plus belles cultures en plein air et sous abri, jusque vers le val Fleuri où Cagnes prend le relais. Vers le Béal, sur le cours inférieur de la Cagne, les cultures d'œillets et de roses sont nombreuses. Au nord on retrouve la zone plus diffuse des cultures de fleurs coupées se mêlant à celle des fleurs à parfum. Vence, Saint-Paul-de-Vence, La Colle et Saint-Jeannet plus que la Gaude, partagent leurs activités entre les deux types de fleurs, mais les secondes sont en déclin devant l'essor des fleurs coupées et en particulier des surfaces consacrées aux roses. En revenant vers le littoral un grand hiatus se produit : un grand bloc de calcaire, pauvre en eau et sans possibilité d'irrigation, mal situé par rapport aux axes de communication, compris entre les villages de Mougins, Valbonne, Biot et Vallauris a peu de culture et témoigne d'un incontestable retard dans la mise en valeur. Quelques exploitations isolées profitent de conditions locales particulières, mais la forêt, souvent dégradée, est plus fréquente que les cultures. On retrouve la floriculture en approchant d'Antibes. Dans la vallée inférieure du Loup, à Villeneuve-Loubet, sur des alluvions récentes se sont installées quelques exploitations de plantes ornementales ; puis on passe aux coteaux orientaux de Biot où les plantes à parfum reculent devant les fleurs à couper dès la rive droite de la Brague, par les Bréguières et les Prugnons. Antibes est au cœur de cette région horticole avec trois ensembles de cultures (6). Le plus ancien, destiné à disparaître si les établissements qui s'y trouvent n'y rencontraient là un siège social prestigieux, comprend quelques dizaines d'hectares dans le Cap, au milieu des résidences, sur le versant exposé au couchant. Le deuxième, le plus important, et de très loin, est formé par les terres alluviales des Prugnons et des Bréguières, jusqu'à la Brague, couvert de serres depuis des dizaines d'années, et de quelques établissements récents. Au milieu de l'ensemble, le Lycée Horticole et la Station Expérimentale et de Vulgarisation occupent une place de choix. Enfin, vers Golfe-Juan, non point sur les coteaux regardant la mer car tout est gagné aux constructions, mais dans l'intérieur — vers la Pertuade — où les versants bien exposés sont fréquents, on trouve des cultures diverses. Reste l'agglomération cannoise. Comme à Nice, et plus encore, les constructions ont dévoré l'espace rural. Le Cannet et Rocheville conservent de très belles exploitations, mais réduites en superficie. La vaste plaine de la Siagne est trop humide et demeure le domaine des maraîchers, malgré quelques installations récentes de floriculteurs et de pépiniéristes. Dès les premières pentes du Tanneron s'étend le gros bloc de culture de mimosas, bien exposé au levant et s'étendant autour du massif du Grand-Duc, sur les collines de Mandelieu, Pégomas, Auribeau et Tanneron. A La Napoule, toutes les cultures s'arrêtent, l'Esterel avec ses sols volcaniques ne convient plus aux cultures et il faut franchir son obstacle pour trouver, dans les dépressions permiennes du département du Var ou dans les baies colmatées par les torrents côtiers, de nouvelles exploitations.

---

(6) Fleurquin-Marguerite : *La fleur coupée de la région d'Antibes.* Thèse de Doctorat de Droit, Cannes, 1936, 159 pages.



5. FLORICULTURE DE SOLEIL SUR LE COTEAU NIÇOIS

Au premier plan et au fond, cultures de plein air. Au centre, l'obtenteur d'œillets niçois, Laurent Bellone, a nivelé le sommet de la colline de poudingues pliocènes pour installer ses serres.

4. Le développement des surfaces

La progression des surfaces a été régulière au cours des quarante dernières années, aussi bien en France qu'en Italie. En 1927, d'après la Monographie Agricole, il y a dans les Alpes-Maritimes 1.994 hectares consacrés à la floriculture (1.127 hectares de fleurs coupées en plein air, 260 sous serre, 607 hectares de mimosas). Les plantes à parfum couvrent en outre 2.300 hectares, *elles sont donc à cette date plus importantes en superficie que les fleurs coupées* (7). La prépondérance azuréenne est considérable si l'on compare la superficie cultivée à celle des autres centres français de production : 200 hectares pour Paris, moins encore pour la Vallée de la Loire, une centaine pour le Var (bulbes).

La moyenne des années 1930-1939 s'établit à 1.800 hectares avec un total annuel commercialisé de 9.500 tonnes de fleurs. Au lendemain de la guerre on atteint 1.950 hectares en 1946, fournissant 11.000 tonnes. Dès lors commence — comme en Italie — la grande progression : 3.420 hectares et 22.000 tonnes en 1952, 3.700 hectares et 23.000 tonnes en 1960. Pendant ce temps les superficies réservées aux plantes à parfum décroissent : 2.310 hectares en 1929, 950 en 1939, 1.100 en 1945, 1.000 en 1952, 770 en 1960. On ne peut cependant affirmer que les progrès des unes ont été réalisés aux dépens des autres. La zone de culture des plantes à parfum s'est rarement convertie en région de production de plantes ornementales et fleurs coupées. La régression de la culture des plantes à parfum est le résultat de la modification des méthodes de production qui font de plus en plus appel à la chimie de synthèse et de la concurrence de pays devenus gros exportateurs (Italie du Sud, Bulgarie).

La répartition des surfaces en 1960 (8) montre le maintien de la prépondérance de l'œillet : 2.200 hectares, suivi du mimosa 500 hectares, en recul du fait des gelées et des difficultés de vente, de la rose 400 hectares. Six cents hectares se partagent entre une cinquantaine de productions, dont trente réservés sous abri à la culture des plantes en pots.

En l'absence d'une documentation statistique précise, les fichiers de la Mutualité Agricole des Alpes-Maritimes nous sont apparus comme les seuls susceptibles de fournir une base documentaire, sinon exacte, tout au moins la plus proche de la réalité (9).

En 1966, la fleur coupée est produite sur 847 hectares (Ministère de l'Agriculture) et l'œillet en occupe 450, les roses 170, le mimosa 225, les fleurettes 300 (même source). Les surfaces sous serre sont l'objet d'une controverse assez poussée : par exemple, l'œillet sous serre couvre 91 hectares pour les enquêteurs de la Mutualité Agricole alors que les spécialistes de la profession affirment que le seul œillet américain dispose d'au moins 150 hectares. Pour l'œillet de plein air le Ministère de l'Agriculture donne 372 hectares, et la Mutualité Agricole 245. De toutes façons on est très loin des énormes chiffres avancés pour les années précédant la guerre et maintenus dans beaucoup de statistiques officielles où les surfaces qui lui étaient

---

(7) Sur l'évolution de la culture des plantes à parfum, on peut consulter :
- *La culture des plantes à parfum dans les Alpes-Maritimes.* B.T.I., 27, 1948.
- *La culture des plantes à parfum dans la région grassoise.* D.E.S. Mottet, Aix, 1952, avec C.R. et mise à jour dans *Recherches régionales*, 2, 1965.
- *Les plantes à parfum dans les Alpes-Maritimes.* B.T.I., 96 et 98, 1955.
- *Le jasmin et la rose de mai dans les Alpes-Maritimes.* Feuilles agricoles, 4, 5, 6, 1956.
- *Lavande et lavandin.* « L'Ami des Jardins », 2, 1957.
- *Culture de la lavande en Provence.* « Côte d'Azur agricole », 2, 1958.

(8) Estimation de la Direction des Services agricoles des Alpes-Maritimes.

(9) Nous remercions la direction et le personnel de la Mutualité agricole des Alpes-Maritimes qui nous ont facilité le travail de recherche.

consacrées dépassent toujours 2.000 hectares. On cherche en vain alors, puisque les Alpes-Maritimes sont de très loin le premier producteur horticole français, une explication aux chiffres de l'*A.I.P.H.* pour l'ensemble de la France qui s'élève en 1964 à 6.051 hectares. Une indication complémentaire permettant le recoupement de sources ne peut être obtenue par l'étude des transactions commerciales à Nice ou Antibes. Il n'y a pas dans ces marchés de statistiques de détail, le décompte des apports se transcrit en *corbeilles* et ne tient pas compte du *taux de remplissage* des corbeilles et paniers. Les organismes de commercialisation ne peuvent en aucune façon apporter une indication exacte sur l'importance de la production. Il y a là une carence des services officiels et privés véritablement déplorable. Ni l'espace horticole, ni le détail des cultures ne sont exacts.

5. Les surfaces cultivées

Il est impossible de déterminer avec exactitude les surfaces consacrées à l'horticulture ornementale dans les Alpes-Maritimes. Les renseignements publiés par la Fédération des Producteurs de Fleurs Coupées des Alpes-Maritimes avancent une superficie horticole de 3.500 hectares. Les cultures de plantes en pots et de pépinières représentent environ une centaine d'hectares fournissant un revenu de deux millions et demi de francs, alors que la fleur coupée, avec 3.400 hectares, atteint une valeur de 170 millions de francs. C'est la première production horticole ornementale de France. Un gros effort d'investisement a été fait dans la construction des serres, qui couvrent près de 400 hectares. L'ensemble horticole est exploité par 3.500 horticulteurs (10), utilisant 5.000 ouvriers permanents. L'exploitation familiale n'utilisant pas de main-d'œuvre salariée représente une forte majorité (non indiquée). L'enquête du Ministère de l'Agriculture de 1963-64 fournit des renseignements plus en accord avec d'autres sources qu'avec celles des organisations professionnelles, tandis que la Mutualité Agricole donne les chiffres les plus bas. Ils sont toutefois les plus dignes de foi : 3.133 horticulteurs, possédant 4.940 hectares 32 ares, cultivent au moment du recensement que nous avons effectué en 1966, 836 hectares 45 ares dans le département. Cela varie dans des proportions considérables avec les autres sources de renseignements. Certes, les exploitants ne déclarent pas toutes les modifications dans leurs cultures chaque année et ils estiment que les cotisations versées ne sont pas modifiées par un changement de culture. Des enquêteurs de la Mutualité Agricole s'occupent en permanence de tenir à jour les fichiers ; on peut donc accepter pour vraisemblables dans leur approximation les données fournies par la Mutualité. Ces chiffres sont une indication de la régression de l'horticulture azuréenne.

Les chiffres des cultures sous abri ne dépassent pas 309 hectares (évaluation du Ministère de l'Agriculture), pour l'ensemble du département, alors que la F.D.S.E.A. en annonce 400. Par contre, les chiffres obtenus à la Mutualité corroborent ceux du Ministère dans la répartition des cultures florales. Tandis que l'on trouve 836 hectares 45 ares à la Mutualité Agricole, le Ministère, avec 1.424 hectares de surfaces consacrés à la culture des fleurs coupées et des feuillages en 1962-63, s'approche sans doute le plus près de la réalité. Ces surfaces se répartissent entre 1.320 hectares de fleurs coupées et de feuillages, 67 hectares de pépinières et 37 hectares en alternance (sans précision). Autrement dit, il y a de fortes chances pour que les superficies cultivées dans les Alpes-Maritimes ne dépassent pas dans l'ensemble le millier d'hectares réellement cultivés, ce qui donne un revenu brut de 170.000 francs par hectare cultivé.

---

(10) Mais seulement 1.508 sont effectivement inscrits à la Fédération des Producteurs de Fleurs coupées.

Répartition des surfaces horticoles dans le département des Alpes-Maritimes d'après les différentes sources statistiques

	F.D.S.E.A.	Valeur en millions de F	Mutualité agricole	Ministère Agriculture
Superficie totale	3.400 ha	170	836,45 ha	2.188 ha
Superficie œillets	1.950 ha	46	Plein air : 245,28 Sous serre : 90,99 Total : 336,27	Œil. amér. : 83,01 Œil. niçois : 372,43 Total : 455,44
Superficie roses	400 ha	81	Plein air : 85,72 Sous serre : 52,48 Total : 138,20	168,50 ha
Superficie mimosa	450 ha	3	182,69 ha	225,1 ha
Fleurettes et divers	600 ha	40	173,72 ha	224 ha
Superficie pépinières ...	59 ha	2,5	5,94 ha	67 ha
Plantes en pots	32 ha			

Ce tableau comparatif met en valeur, d'après les trois principales sources de renseignements statistiques du département des Alpes-Maritimes, les inégalités d'appréciation de l'importance de l'horticulture dans un domaine qui au contraire réclame beaucoup de rigueur. On ne peut se satisfaire de telles approximations. Désormais ne seront utilisés que les documents statistiques de la Mutualité Agricole, les plus précis et les seuls tenus à jour, qui doivent cependant comporter une large marge d'erreur (allant jusqu'à 40 % dans certains cas).

RÉPARTITION DES CULTURES FLORALES

Communes	Superficie totale	Œillets sous châssis	Roses sous serres	Œillets air	Roses air	Pépinières fleurs	Asparagus
ANTIBES	15.063	1.969	3.123	725	1.385	262	4.612
AURIBEAU	155	—	10	—	10	—	—
BEAULIEU	214	—	—	156	—	—	—
BERRE	94	—	—	—	—	—	—
BIOT	1.989	963	266	52	139	40	145
CANTARON	56	25	—	18	—	—	—
CASTELLAR	140	—	—	52	88	—	—
COLOMARS	153	27	—	102	13	—	—
CANNES	3.207	3	24	11	10	—	13
CAGNES	7.404	1.473	325	3.590	255	111	114
CARROS	658	53	108	42	188	3	14
CAP D'AIL	20	—	—	20	—	—	—
CONTES	292	—	3	—	17	—	—
GRASSE (Chateauneuf)	1	—	—	—	1	—	—
EZE	1.673	1.445	—	223	—	—	—
FALICON	151	20	—	108	2	—	7
GATTIERES	210	13	22	55	38	—	—
GORBIO	112	—	—	18	50	—	5
GRASSE	451	69	29	16	87	20	—
LE BROC	25	—	—	10	—	—	—
MANDELIEU	3.842	26	—	—	1	—	84
MENTON	742	5	—	306	81	3	20
MOUANS - SARTOUX	175	—	—	—	4	—	—
MOUGINS	875	120	29	24	159	5	—
NICE	15.248	550	37	12.936	69	13	—
LA GAUDE	1.613	380	45	783	25	15	—
LA TRINITE	6	—	—	—	4	—	—
LA COLLE	133	17	20	5	8	—	—
LE CANNET	323	4	42	—	17	—	8
LA ROQUETTE	2.673	38	124	20	90	—	—
OPIO	94	10	10	—	1	—	—
PEGOMAS	6.023	—	—	—	101	—	—
PEYMEINADE	290	11	—	—	—	—	—
ROQUEBRUNE	441	—	—	179	38	7	—
SAINTE-AGNES	7	—	—	—	2	—	—
SAINT-ANDRE	46	38	—	8	—	—	—
SAINT-JEAN	24	—	—	1	—	—	—
SAINT-JEANNET	635	114	91	56	336	—	—
SAINT-LAURENT	6.992	992	322	3.721	715	16	371
SAINT-MARTIN	9	—	—	1	—	—	—
SAINT-PAUL	1.531	148	14	551	513	—	10
SPERACEDES	8	—	—	—	—	8	—
TOURRETTE - LEVENS	45	—	—	—	—	—	—
TOURRETTE - s - LOUP	1.760	90	13	26	372	—	—
VALLAURIS	1.958	24	230	30	509	53	109
VALBONNE	207	37	160	—	—	—	—
VENCE	4.470	218	126	210	3.193	23	—
VILLEFRANCHE	863	85	—	394	—	—	—
VILLENEUVE - LOUBET	537	100	46	120	1	15	13
TOTAL	**83.652**	**9.069**	**5.248**	**24.528**	**8.572**	**594**	**5.525**

(1) Tableau rédigé d'après le dépouillement des fiches de déclarations de surfaces de cultures par les producteurs auprès de la Mutualité Agricole. La dernière colonne (superficie sous serre) est établie selon une autre source : le Crédit Agricole Mutuel des Alpes-Maritimes ayant

DANS LES ALPES-MARITIMES (1)

Divers	Chrysanthèmes	Mimosa forcé	Pépinières	Mimosa	Anthémis Giroflées	Superficie sous serre	Communes
316	8	492	—	311	80	21.839	ANTIBES
—	—	75	—	30	—		AURIBEAU
—	—	—	—	—	58		BEAULIEU
—	—	—	—	94	—		BERRE
37	—	18	—	15	43	2.437	BIOT
—	—	—	—	—	—		CANTARON
—	—	—	—	—	—		CASTELLAR
—	—	—	—	—	—		COLOMARS
116	—	2.163	10	695	53		CANNES
93	50	50	43	614	104	2.791	CAGNES
—	—	—	—	1	2		CARROS
—	—	—	—	—	—		CAP D'AIL
—	6	—	—	255	—		CONTES
—	—	—	—	—	—		GRASSE (Chateauneuf)
3	—	—	—	—	—		EZE
—	—	—	—	—	4		FALICON
5	—	—	—	20	—		GATTIERES
—	2	—	—	—	—		GORBIO
—	11	—	—	17	108		GRASSE
—	—	15	—	—	—		LE BROC
—	—	3.673	—	45	3		MANDELIEU
13	14	58	—	161	65		MENTON
—	—	—	35	55	—		MOUANS - SART OUX
116	1	6	108	—	94		MOUGINS
37	201	—	—	94	964	2.996	NICE
30	21	—	—	—	21	297	LA GAUDE
2	—	—	—	—	—		LA TRINITE
—	—	—	—	—	11	45	LA COLLE
—	—	83	—	60	32		LE CANNET
—	5	2.219	—	—	—		LA ROQUETTE
—	—	—	—	—	44		OPIO
—	—	5.239	—	330	126		PEGOMAS
—	—	250	—	—	2		PEYMEINADE
25	—	—	—	3	36		ROQUEBRUNE
—	—	—	—	—	—		SAINTE-AGNES
—	—	—	—	—	—		SAINT-ANDRE
—	—	—	—	—	—		SAINT-JEAN
—	5	—	—	—	2		SAINT-JEANNET
54	14	118	3	332	138	2.911	SAINT-LAURENT
—	—	—	—	—	—		SAINT-MARTIN
—	21	—	—	—	—	395	SAINT-PAUL
—	—	—	—	—	—		SPERACEDES
—	—	—	—	—	—		TOURRETTE - LEVENS
15	—	—	—	—	853		TOURRETTE - s - LOUP
73	2	267	46	321	83	822	VALLAURIS
—	—	—	—	—	—	15	VALBONNE
1	15	—	10	—	5	125	VENCE
3	—	—	—	—	239		VILLEFRANCHE
60	—	—	—	—	—	636	VILLENEUVE - LOUBET
996	**376**	**14.726**	**245**	**3.453**	**3.218**	**34.829**	TOTAL

demandé à l'I.G.N. une interprétation des surfaces sous verres d'après les photos aériennes en Mars 1965. Les chiffres different nettement de ceux obtenus auprès de la Mutualité Agricole.

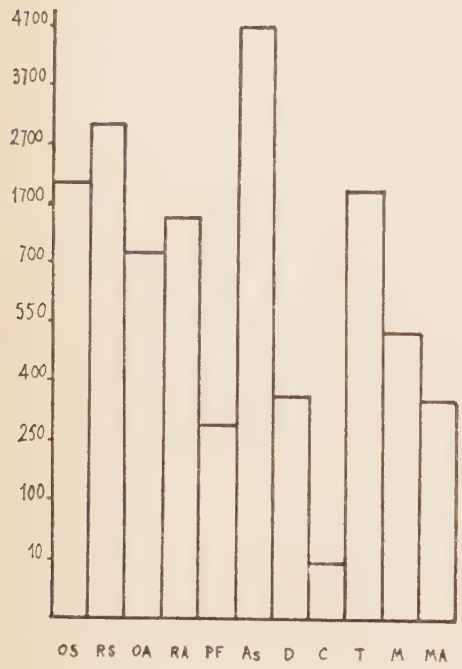
Répartition des cultures dans quelques communes

ABREVIATIONS :

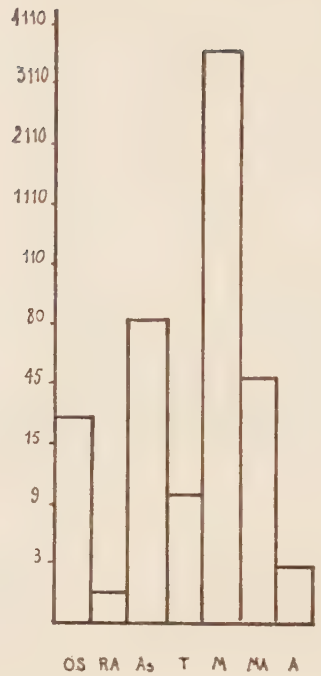
OS : Œillets sous serres ou sous châssis.
RS : Roses sous serres ou sous châssis.
OA : Œillets de plein air.
RA : Roses de plein air.
PF : Asparagus.
D : Cultures ornementales diverses.
C : Chrysanthèmes.
T : Tubéreuses.
M : Mimosa éclosant en forcerie.
P : Pépinière d'arbres et d'arbustes ornementaux.
MA : Mimosa de plein air non forcé.
A : Anthémis et giroflées.

N. B. : L'échelle des hauteurs, variable pour chaque commune, est exprimée en ares.

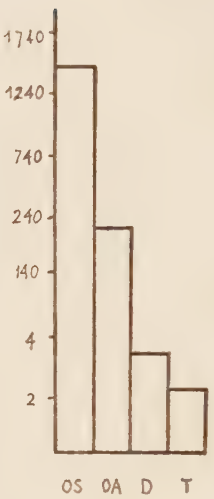
Figure 7



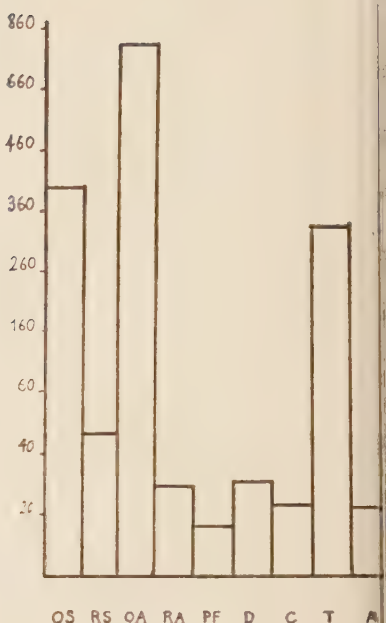
ANTIBES



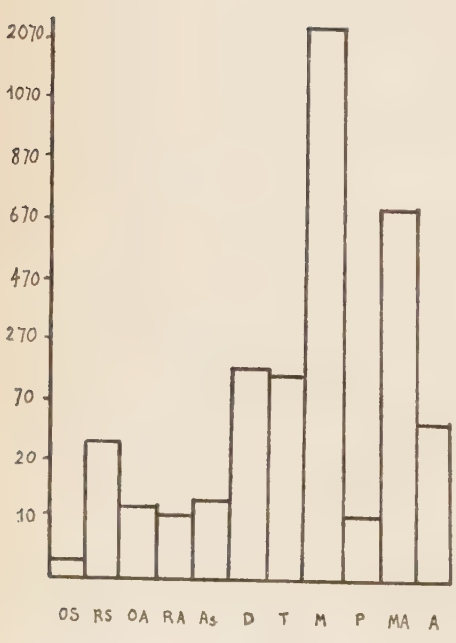
MANDELIEU



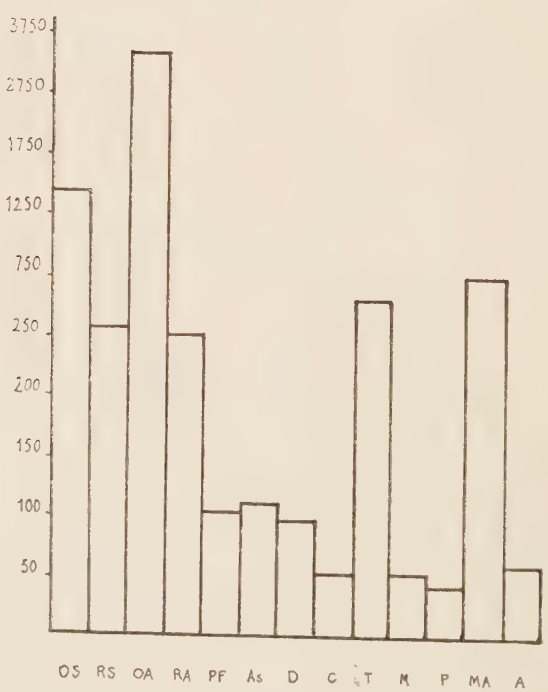
ÈZE



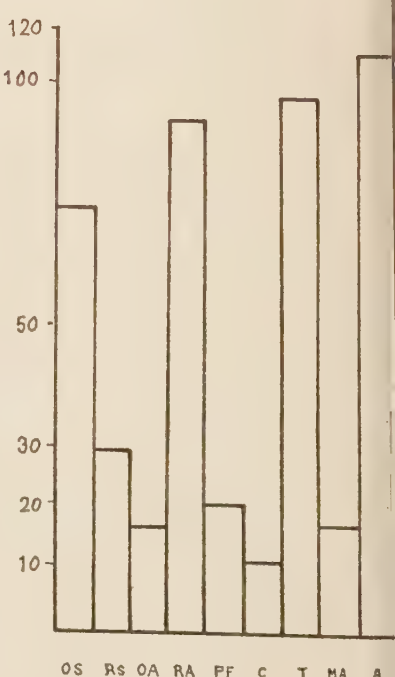
LA GAUDE



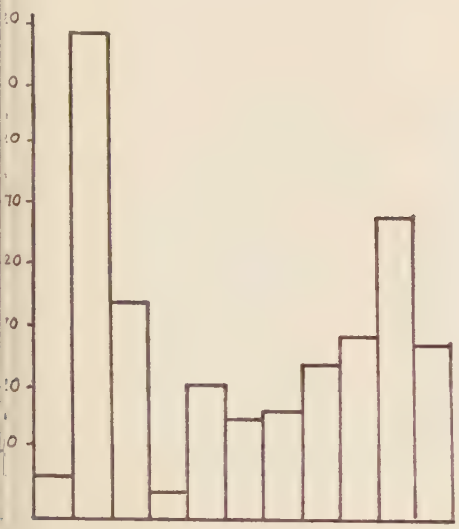
CANNES



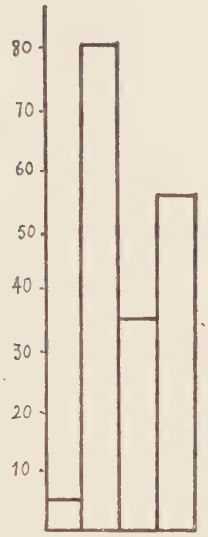
CAGNES



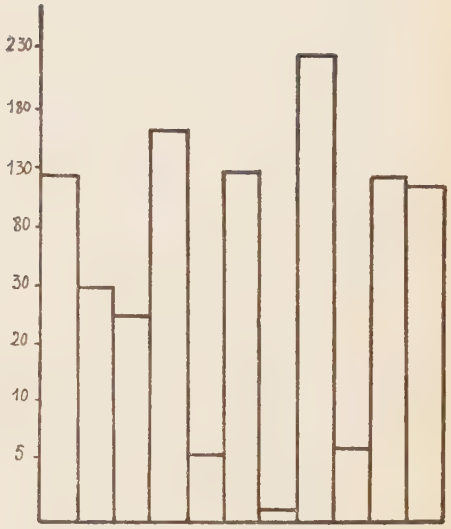
GRASSE



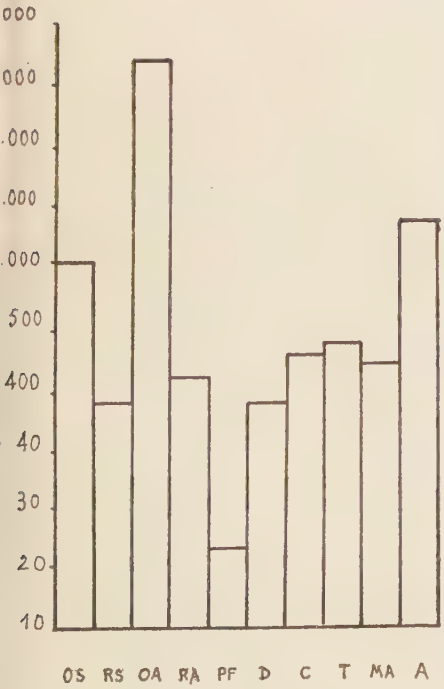
MENTON



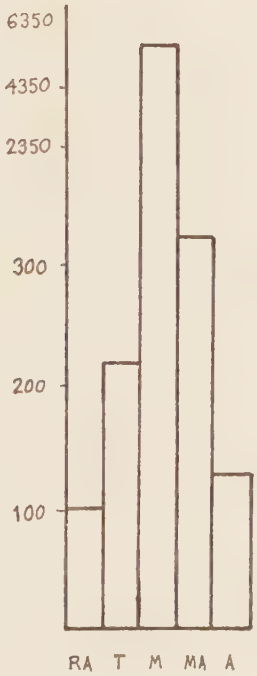
MOUANS-SARTOUX



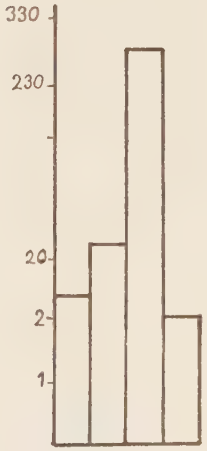
MOUGINS



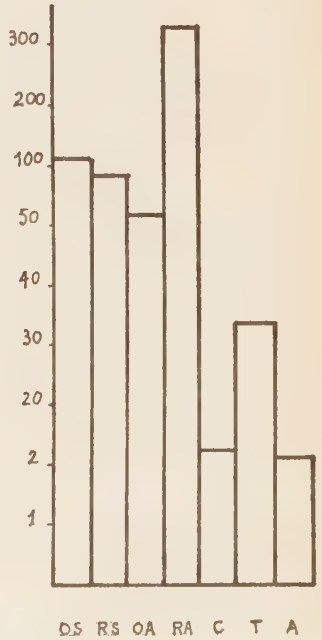
NICE



PEGOMAS

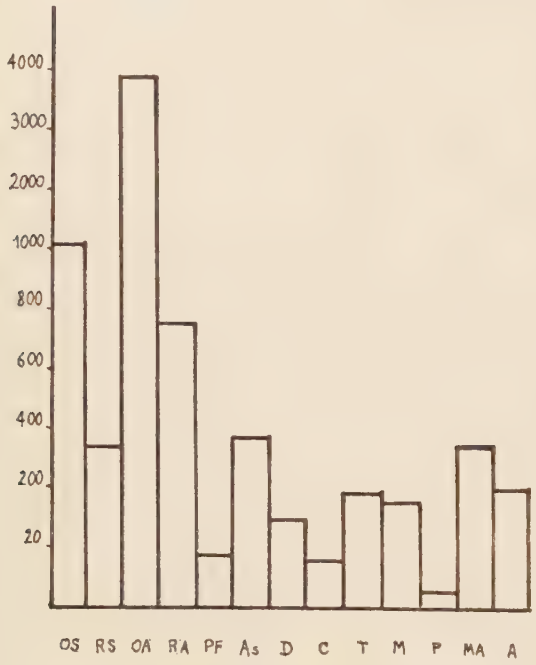


PEYMEINADE

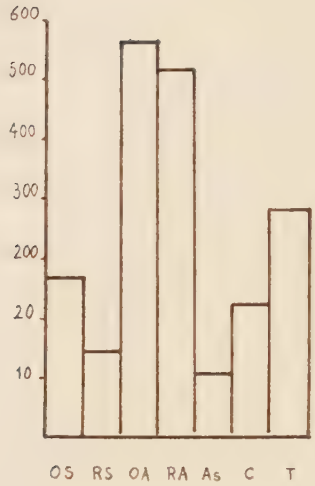


ST-JEANNET

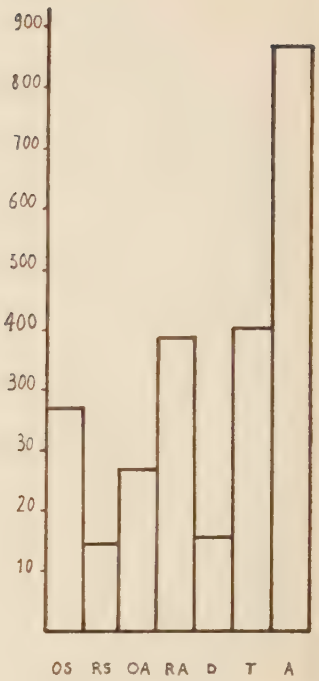
Figure 9



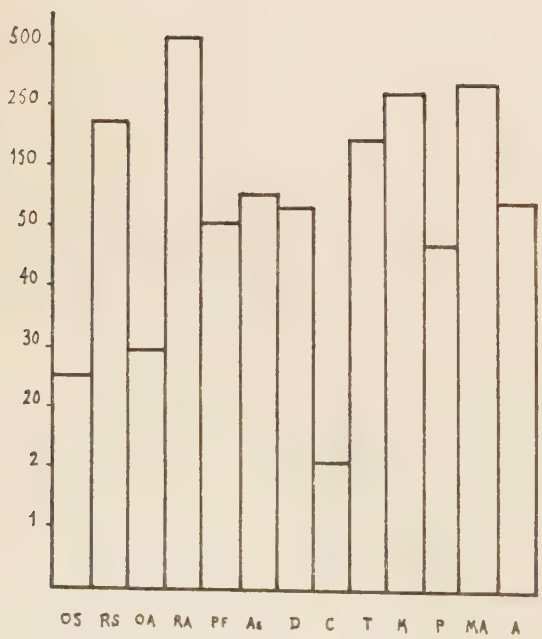
SAINT-LAURENT



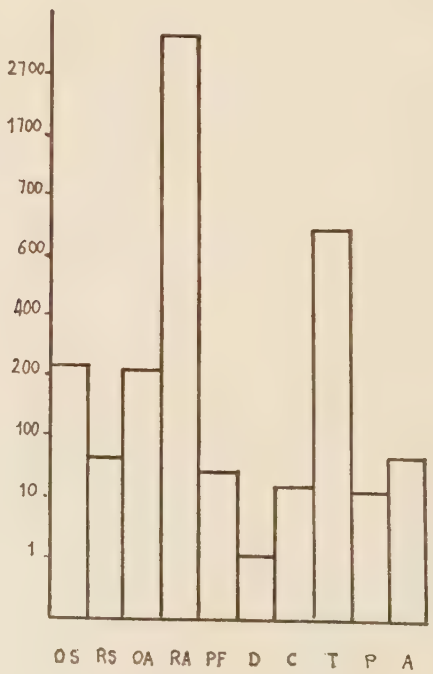
SAINT-PAUL



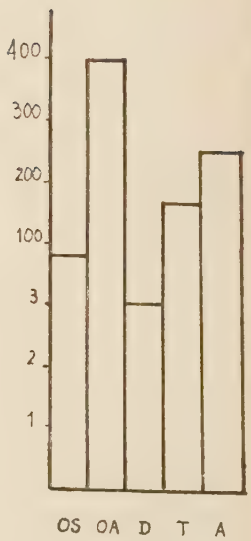
TOURRETTES-S/-LOUP



VALLAURIS



VENCE



VILLEFRANCHE

II. Les productions

La Côte d'Azur expédie dans toute la France les fleurs les plus diverses, et toutes les espèces cultivées pour l'ornementation ont droit de cité, en dehors des orchidées. Seule en France la Côte d'Azur est capable de mettre sur le circuit commercial de grandes quantités de produits horticoles ornementaux. Les autres régions de production horticoles ne dépassent pas la culture de quelques dizaines d'espèces. Le *Bulletin des Nouvelles du Marché d'Intérêt National de Nice - Saint-Augustin* donne chaque jour les cotations d'environ cinquante espèces de fleurs et de plantes et jusqu'à vingt variétés pour certaines espèces.

Œillet, rose et mimosa constituent en superficie et en valeur les trois principales cultures de la Côte d'Azur. Vient ensuite une multitude de productions dont les superficies vont de 10 à 40 hectares et qui constituent la richesse de l'approvisionnement des marchés floraux. On ne peut faire une étude complète et détaillée de toutes ces cultures, et l'on doit ne retenir que les principales caractéristiques des espèces les plus courantes.

Sur la Côte d'Azur on cultive, en effet, toutes les plantes ornementales (11). La liste des espèces de fleurs coupées, de feuillages ornementaux, de plantes en pots, d'arbustes de pépinière, dépasse les deux centaines ! Quelques plantes, du fait des habitudes d'achat de la clientèle, prédominent et l'essentiel du commerce porte sur une vingtaine de fleurs (voir les fig. 7, 8 et 9).

1. Les œillets

Plus encore que les roses produites depuis très longtemps sur la Côte, les œillets apparaissent aujourd'hui comme la spécialité principale de cette région de culture. Il faut en réalité être très prudent en abordant une étude sur la dianthiculture azuréenne, étant donné que les conditions de production à peu près uniformes il y a encore une vingtaine d'années, ont complètement évolué, et l'on rencontre plusieurs types de culture. Au fur et à mesure du progrès des techniques culturales et de l'amélioration des variétés d'œillets grâce à une recherche locale ou extérieure, mettant sans cesse au point de nouveaux *sports*, des types de culture et d'exploitation variées se sont constitués. Les horticulteurs traditionnels cultivent des œillets niçois en plein air, avec des méthodes qui n'ont guère évolué depuis le début de ce siècle et dont la description se trouve, très fidèle, dans la monographie agricole de 1927, complétée par les publications de Miallet (12). Viennent ensuite des exploitations de bons horticulteurs des coteaux de Nice qui ont amélioré les variétés, recherché les fleurs de valeur et essayé, sans modifier la méthode de culture, d'obtenir la qualité, de produire de très belles fleurs. Ceux-là peuvent s'enorgueillir du titre de véritables horticulteurs niçois. Après la deuxième guerre, l'introduction des œillets américains à long calice, du type Sim, vint tout modifier. En effet leur production ne peut être obtenue en plein air, la très belle marchandise pousse sous serre à la suite d'un travail minutieux. Dès lors, les horticulteurs de la Côte

(11) P.H.M. 1, 1964 : *La production de fleurs coupées dans les Alpes-Maritimes.*
(12) B.T.I. 52, 1949 et 53, 1950 : *Les œillets dans les Alpes-Maritimes.*

se divisèrent en deux catégories : ceux qui restaient fidèles à l'œillet niçois mais rencontraient des difficultés croissantes de commercialisation à l'étranger en particulier où l'on exporte surtout des œillets américains ; ceux qui se spécialisaient dans l'œillet américain sous serre. Il y eut deux nouvelles catégories parmi ces derniers : les uns se contentèrent de produire sous simple abri vitré sans chauffage, mais en protégeant les cultures des pluies néfastes et de la trop grande humidité par des abris vitrés, les autres devinrent de dignes imitateurs des dianthiculteurs nordiques. En faisant construire des serres métalliques spacieuses mais très coûteuses, en les dotant de tous les perfectionnements de la technique agronomique, ils produisent des fleurs de très belle qualité. Ils rencontrent des obstacles de commercialisation car la production réclame des débouchés particuliers dont on aura l'occasion de reparler.

La dianthiculture convient parfaitement aux conditions écologiques du monde méditerranéen et tout spécialement aux conditions bioclimatiques de la Côte. Les sols ainsi que la durée de l'ensoleillement hivernal sont les éléments décisifs du développement de cette culture. Les sols qui conviennent le mieux sont les poudingues pliocènes du delta surélevé du Var ils portent la grande masse des œillets crevards ou niçois, mieux encore que les sols antibois (voir photos 5 et 6). Les pentes des collines sont taillées en *planches.* On rencontre là une permanence du façonnement du paysage rural à travers le passage de la culture méditerranéenne traditionnelle à la spécialisation floricole. Cependant, lorsque l'horticulteur n'utilise pas un ancien domaine polyculteur, où les terres sont retenues par des murettes de pierres sèches, le façonnement est réalisé à l'aide de machines mais le soutien du sol n'est pas effectué. Les glissements de terrain sont fréquents. Parfois, et cette tendance ne date que de quelques années, considérant qu'il est coûteux et inutile de tracer de nouvelles *planches* dans les pentes défrichées et mises en culture après avoir été façonnées au *bulldozer,* on place de plus en plus les œillets directement sur les pentes, à condition que celles-ci ne dépassent pas un pourcentage trop grand (40 %). Les avis sont d'ailleurs très partagés à ce sujet, les uns y voyant un gain de place (recherche permanente du meilleur rendement) et une meilleure position face à l'ensoleillement, d'autres critiquant cette disposition en alléguant à juste titre l'érosion du sol, la perte de fertilité par un trop grand lessivage, la difficulté de l'irrigation par gravité (mais le tuyau aérien remplace de plus en plus l'arrosage au sol). L'ensoleillement reste essentiel pour les cultures hivernales et leur donne toute leur valeur marchande. On obtient sans chauffage et sans éclairage artificiel une production qu'aucune autre région de l'Europe non méditerranéenne ne peut obtenir à ce moment-là. Le gel est en outre assez exceptionnel pour que la plupart des cultures soient faites en plein air ou avec la seule protection des *paillassons,* dans le cadre de la culture traditionnelle. On insistera d'ailleurs sur la culture des œillets à calice éclaté, dits crevards, et plus couramment appelés œillets niçois. Ils ont fait le renom horticole de la Côte, et leur importance réclame une étude détaillée.

a) La culture de l'œillet niçois

La culture commerciale de l'œillet sur la Côte d'Azur n'a véritablement commencé qu'après le rattachement de Nice à la France, il y a donc un peu plus d'un siècle. L'œillet crevard tel qu'il est alors cultivé doit son origine à un œillet importé d'Italie peut-être dès la fin du Moyen Age. La variété « remontante » également cultivée est introduite, elle vient du Lyonnais où elle a été mise au point par sélection vers 1835. Très vite d'ailleurs les Antibois comprennent tout le parti qu'ils peuvent tirer d'une culture sous abri, et ils constituent à la fin du dix-neuvième siècle les premiers châssis de culture.

La principale variété demeure celle issue des *œillets Souvenir de la Malmaison* (1857) et ne trouve de véritable concurrent qu'après 1920 dans l'apparition des premiers *œillets américains* dont la production est plus régulière et qui plaisent davantage à une certaine clientèle par leur calice fermé et leur tige plus rigide. Dans les années trente, un grand nombre d'obtenteurs se font connaître par la mise au point de variétés nouvelles qui aussitôt sont recherchées par les négociants mais assez vite sombrent dans l'oubli car elles dégénèrent. Les fleurs ont trouvé un temps un débouché dans la parfumerie, inexis-

6. FLORICULTURE SUR LE COTEAU NIÇOIS

Le front pionnier de la floriculture s'installe sur un versant inculte (à gauche). La villa est au centre d'une belle exploitation (œillets, strelitzias). Sur le hall d'emballage et d'expédition, contigu à la maison, serre de bouturage des œillets. Les autres exploitations pratiquent une culture d'œillets de plein air sous paillassons, dont quelques-uns sont déroulés. La crête de la colline a été conquise par les citadins.

tant aujourd'hui. Au lendemain de la deuxième guerre la Côte d'Azur a momentanément arrêté la recherche de nouvelles variétés pour se lancer dans la culture massive d'un œillet d'origine ligure, dont le chef de file est l'*Anita*. Son avantage est de résister à l'anguillule. Or les terres niçoises étaient infestées par ce parasite, ce qui explique le succès de l'*Anita*.

Il est difficile de préciser avec exactitude les différentes façons culturales dont doivent être l'objet les œillets niçois. En effet, à côté d'exploitations qui appliquent des méthodes modernes et s'appuient sur un outillage perfectionné, on rencontre de vieilles exploitations qui, faute de capitaux, imitent celles des entreprises qui consacrent le moins d'argent en investissements. Pendant près d'un siècle l'œillet a été cultivé en « planches ». Héritières des terrasses de culture, les planches taillées dans les poudingues et plus rarement dans les sols sur calcaire, sont en principe soutenues par les traditionnelles murettes de pierre.

La multiplication des œillets, qui peut être obtenue de différentes façons est essentiellement réalisée en horticulture par boutures, le semis de graines étant consacré à la recherche de nouvelles variétés. Le meilleur moment pour le bouturage est le cœur de l'hiver (décembre-janvier), les boutures s'enracinent vite, protégées par des apports d'engrais, et elles sont mises en plantation parfois déjà pincées. La plantation a lieu le plus souvent en avril après un très profond labour jadis effectué à la main. Des engrais (fumier de ferme) sont à ce moment incorporés dans le sol. Suivant les méthodes de disposition des vaseaux (13), on obtient des plantations dont la densité est de 10, 17 ou 19 plants au mètre carré.

Apports de fertilisants liquides, binages et sarclages, fréquentes irrigations permettent aux œillets de se développer rapidement. Les pincements évitent une floraison trop hâtive, relancent le développement de tiges adventices. Tout en effet dépend du pincement : réalisé trop tôt il donne une récolte avant que la demande ne devienne importante, tardif, il provoque le phénomène inverse. Au bon moment il risque encore de n'être pas efficace si un accident climatique (forte chaleur, période de temps couvert) hâte ou ralentit le développement normal de la plante. « La récolte dépend en grande partie de la sagacité avec laquelle s'effectue ce travail. Il se poursuit pendant l'hiver par la cueillette qui relève des mêmes principes » (Miallet).

Les parasites animaux sont beaucoup plus nombreux sur la côte qui profite d'un climat chaud en toute saison. La larve du THRIPS provoque la dessiccation des cellules et de nombreuses taches blanches sur les feuilles ; l'ARAIGNÉE ROUGE très prolifique paralyse par ses piqûres la végétation ; la tordeuse (TORTIX PRONUBANA) s'installe au sommet des tiges et colle par ses sécrétions les feuilles entre elles qui se tordent en cours de croissance. Elle s'installe à l'intérieur des boutons de fleurs qu'elle détruit. Les NOCTUELLES, petites chenilles contribuent aussi à la destruction des boutons parfois même pendant le transport des fleurs. L'ANGUILLULE enfin s'enkyste dans les racines et détruit la plante. L'œillet, en plus de ces parasites animaux, est attaqué par des parasites végétaux : FUSARIUM DIANTHI, HÉTÉROSPORIOSE, ROUILLE DE L'ŒILLET. Les biochimistes ont mis au point de nombreux produits antiparasitaires, appliqués d'ailleurs aux œillets américains atteints eux aussi des mêmes maladies.

La culture nécessite l'installation des tuteurs en cours de croissance, travail long et minutieux qui demande une certaine habileté. Il faut placer en bordure des vaseaux des tuteurs de châtaignier (les Italiens utilisent volontiers le roseau). Longs de près d'un mètre, ils sont placés tous les quarante centimètres. Un fil de coton est déroulé entre quatre piquets, puis suivant les diagonales du carré, de façon à faire pousser la plante entre un filet aux mailles serrées. Suivant les variétés et la longueur des tiges, quatre à cinq rangs de fils sont nécessaires pour tuteurer convenablement la plante.

---

(13) Large d'une quarantaine de centimètres, perpendiculaire à l'axe principal de la planche de culture, le *vaseau* porte les plants d'œillets. Il est bordé par les allées de passage.

Beaucoup de cultures sont faites totalement en plein air. L'œillet y gagne en rusticité et il est beaucoup plus vigoureux que l'œillet d'abri qui n'a pas subi le souffle du vent. Parfois un abri sommaire est réalisé : sur une charpente en bois à un mètre de hauteur est déroulé le soir un paillasson de *canisses* et enroulé le matin, le tout à la main, dans le but de protéger des températures basses de la nuit hivernale.

La cueillette est une opération délicate : un bon cueilleur peut augmenter d'un tiers le rendement de sa plantation. Malheureusement il n'existe pas de règle pour la cueillette. Le coup d'œil, l'habitude, permettent seuls de savoir quelle fleur doit être coupée avec une tige longue ou celle que l'on prendra plus courte pour laisser sur la plante davantage de tiges portant autant de boutures en plus. A la fin de l'année de culture, en principe, la plantation doit être brûlée pour détruire les insectes qui peuvent s'y trouver. La terre en jachère une année est ensuite remise en culture l'année suivante de la même façon. De plus en plus l'année de jachère morte apparaît comme une nécessité au point que les cultures qui entraient autrefois en assolement avec l'œillet disparaissent. Les anémones, les tomates et les choux qui prenaient le relais de la culture de l'œillet pendant une, deux, ou trois années, disparaissent des exploitations qui se consacrent exclusivement à la dianthiculture. Il suffit au producteur de mettre exactement en culture chaque année la moitié de ses terres. Il est alors un dianthiculteur parfait, et ne se pose pour lui que le problème de l'écoulement de sa production, problème autrement épineux.

De nombreuses familles d'hybrideurs ont su, après plusieurs générations, créer ces variétés d'œillets dits "niçois" qui ont fait le renom de la production azuréenne et qui demeurent toujours appréciées par la clientèle (14). Une des caractéristiques essentielles de ces œillets, en dehors de leur rusticité et de leur tenue, est la richesse et la variété des coloris, Progressivement, la nécessité d'une production abondante et régulière en hiver, pousse à la culture sous serre plus que sous abri de paillasson. Ces techniques rapprochent l'œillet niçois de l'œillet américain. Celui-ci réagit mieux aux méthodes modernes de culture, au chauffage notamment, et possède une plus grande productivité. Cultivé dans toute l'Europe il a partiellement saturé certains marchés nationaux. De la sorte, l'œillet niçois retrouve un incontestable regain d'intérêt de la part des commerçants, d'autant plus que certains obtenteurs ont réussi à trouver des variétés nouvelles, hybrides des deux races, présentant les qualités de l'une et de l'autre, et qui semblent vouées à un vif succès.

b) La culture de l'œillet américain

L'œillet américain est une nouvelle spéculation horticole sur la Côte. Sa culture ne remonte guère qu'aux années cinquante mais elle a pris depuis une très grande importance et ne cesse d'accroître ses surfaces tandis que déclinent les superficies d'œillets niçois. Elle possède un gros avantage économique du fait que la production est totalement effectuée sous serre. L'évolution de la culture de l'œillet sur la Côte est très semblable à celle qui se réalise pour la rose. Les surfaces de plein air sont progressivement remplacées par des surfaces sous abri. Cela correspond au souci de la recherche du meilleur rendement et de l'obtention de la plus grande valeur marchande comme pour la rose. Tous les dianthiculteurs traditionnels ne peuvent convertir leur exploitation : la culture des variétés américaines réclame en effet des investissements très coûteux. Tous les floriculteurs ne peuvent les envisager. S'il n'y a pas plus de soins minutieux à apporter à la plante que pour les œillets niçois (toutes les deux variétés sont en effet soumises aux mêmes attaques et ont les mêmes besoins) par contre, l'œillet américain réclame d'énormes dépenses d'infrastructure (15).

D'un côté l'œillet niçois se cultive en planches sous l'abri d'un simple paillasson. De

---

(14) Revelat A. : *L'œillet niçois et son avenir.* C.R. Journées florales, Cagnes-sur-Mer, 1964.

(15) Les principaux articles relatifs à la culture de l'œillet américain ont été publiés dans :
— R.H. 11, 1963 : *Culture de l'œillet américain dans les Alpes-Maritimes.*
— R.H. 3, 1961 : *Culture de l'œillet américain à Antibes.*
— P.H.M. 2, 1965 : *L'œillet américain dans la région hyéroise.*

l'autre, les serres métalliques chauffées (chauffage d'appoint ou de forçage), les canalisations de distribution de l'eau fertilisante, du gaz carbonique, le tuteurage métallique, sont des éléments essentiels, sans parler des installations annexes. La culture de l'œillet américain dépend avant tout d'un problème de financement. Les difficultés surgissent devant l'horticulteur moyen désireux de convertir son exploitation. La mutation serait très rapide et l'on assisterait à un recul accéléré des surfaces d'œillets niçois au profit des œillets américains si la Caisse de Crédit Agricole multipliait les possibilités de prêts. Or les prêts sont effectués par rapport au répondant des horticulteurs, donc les mieux pourvus peuvent seuls réaliser les gros investissements, les autres doivent évoluer par un lent autofinancement. Aussi trouve-t-on dans telle exploitation des serres de bois, un mauvais équipement de chauffage d'appoint, un travail intensif, pour obtenir une production de belle qualité, dans le même moment où les belles exploitations ont réussi à organiser une production semi-automatique. L'œillet américain est donc produit soit par de vieux horticulteurs possédant expérience et capitaux, soit par de nouveaux venus dont le compte en banque est solide ou qui bénéficient de prêts exceptionnels (comme les rapatriés d'Algérie).

La culture est donc moins dépendante des conditions naturelles parce qu'elle est produite sous verre ; on peut donc la rencontrer dans des secteurs moins favorisés où elle est une culture florale isolée, parfois pionnière. Le grand centre de culture est la région antiboise, groupée autour des firmes de production de boutures. En effet les horticulteurs ne peuvent prélever de boutures sur leurs plantes comme cela se pratique pour les œillets niçois, ils ne peuvent les multiplier en coffres, et doivent, pour maintenir l'intégralité des variétés, cultiver des boutures achetées à des maisons spécialisées dans la production de boutures à partir de méristèmes. Longtemps tributaire de la production néerlandaise et danoise, la Côte est maintenant dotée de quelques très grandes exploitations productrices de boutures, dont l'une se hisse au tout premier rang mondial.

Certaines entreprises moins importantes, disséminées sur la Côte, arrivent aussi à produire des boutures. A Vence, Nice, Le Cannet-Rocheville des producteurs d'œillets américains ont équipé une serre à boutures pour disposer de leur propre approvisionnement et écouler le surplus à des horticulteurs de la Côte. Ils commercialisent chacun quelques centaines de milliers de tiges.

2. La culture des rosiers

Sur la Côte les rosiers sont cultivés pour répondre à des besoins différents : fleurs coupées, fleurs à parfum, arbustes d'ornement. Leur culture peut s'opérer en plein air ou en serres pour certaines variétés de fleurs coupées. Aussi la culture des rosiers représente-t-elle une partie importante de l'activité des horticulteurs de la Côte, et la superficie totale qui leur est consacrée atteint quatre cents hectares.

Comme l'on sait, le rosier réclame des sols particuliers et ne peut être cultivé que dans des régions où les apports de fumier et d'humus ont été abondants. En outre l'ensoleillement joue un rôle déterminant et il faut toujours examiner la situation d'une région, d'un quartier, pour comprendre l'étendue d'une culture de rosiers. Cela est moins vrai dans la Brie où toutes les cultures se font sous serre. Sur la Côte il faut utiliser au maximum les données de l'insolation et les possibilités du brassage de l'air. Qu'on en juge plutôt par l'examen des différentes techniques de culture des rosiers ; des types d'exploitations variés peuvent ainsi être réalisés.

La culture en plein champ pour la fleur coupée

Un des premiers avantages de la Côte étant son climat, beaucoup d'horticulteurs ont pensé, à juste titre, cultiver les rosiers en plein air. La possession d'un terrain bien exposé

et surtout à l'abri des coups de froid est indispensable. Le froid ne risque pas ici de détruire la plante mais compromet ou détériore sa floraison. Le coteau du delta du Var au-dessus de Saint-Laurent et de Cagnes répond à ces impératifs ; la plaine des Bréguières à Antibes également. Admirablement situées entre les vallées du Var et de la Cagne qui entretiennent un courant d'air permanent l'hiver empêchant l'air froid de stationner, les collines sont occupées, entre autres cultures, par une dizaine d'exploitations qui obtiennent de très belles fleurs avec des variétés Meilland. Le précieux avantage d'une telle culture est de supprimer les coûteux investissements constitués par les serres, mais un accident climatique peut tout compromettre. Cependant cette solution a donné raison à beaucoup : le gel de février 1956, très destructeur sur la Côte, n'a eu aucun effet sur le coteau laurentin, grâce au brassage de l'air réalisé par les brises.

La culture sous serre

La culture sous serre est de beaucoup la solution la plus communément adoptée, ce qui peut paraître paradoxal pour le Midi. En fait, pour obtenir une très belle qualité il faut offrir au rosier certaines protections. Les rosiéristes se divisent en deux clans : pour les uns chauffer les serres, même avec un simple chauffage d'appoint est une aberration. L'abri vitré doit suffire à protéger des coups de froid. Pour d'autres, la culture des rosiers n'est intéressante que si l'on peut obtenir une récolte au moment précis, sans avoir à se méfier des conditions climatiques ambiantes : le chauffage est donc nécessaire. Ainsi deux types d'entreprises apparaissent. *Celles dont les serres sont froides,* le rosier est une plante robuste qui n'a pas besoin d'être chauffée l'hiver dans les régions à climat méditerranéen. Telle exploitation a 10.000 mètres carrés couverts et peut fournir au printemps jusqu'à dix mille dizaines par jour. Mais beaucoup de rosiéristes qui avaient commencé leur culture en serre froide ont peu à peu compris l'intérêt de *la serre chauffée.* Il ne s'agit point ici de faire du forçage, mais d'obtenir, par un chauffage d'appoint, une température minimale qui convienne parfaitement à la plante. La production en est ainsi plus régulière et surtout les plants portent davantage de fleurs. Cette solution est celle depuis longtemps adoptée par les rosiéristes des pays froids. Beaucoup considèrent dans le Midi le chauffage comme une erreur économique, ce qui n'est pas encore démontré. En réalité des frais de chauffage engagés dans une exploitation méridionale ne dépassent jamais le tiers des frais analogues d'une exploitation similaire de Suisse ou d'Allemagne. La saison froide est dans ces régions plus longue et plus intense. Cette remarque reste valable aussi, mais dans une moindre mesure, pour le Val de Loire.

Lors de la culture il faut prendre un grand nombre de précautions ; plus les serres sont vastes, plus les rosiers se développent et portent de belles fleurs, mais plus les dangers sont nombreux. Les rosiers réclament beaucoup d'air pour leur croissance ; mais certaines plantes sont attaquées par le mildiou (parfois simplement provoqué par l'entrée de l'air extérieur dans les serres). Il faut alors le combattre par des émanations de soufre dégagé par des brûleurs électriques suspendus au faîte des serres ou par une flamme dirigée à partir d'un brûleur mobile. Ainsi le mildiou est fréquent sur les *Baccara* dans la région d'Antibes et certains rosiéristes ont dû abandonner la culture.

3. Le mimosa et les feuillages ornementaux

Bien que se développant en peuplements spontanés dans les massifs siliceux de la Côte, le mimosa est un arbre récemment importé des régions tropicales. Les espèces proviennent de diverses origines, mais plus sûrement d'Australie. Acclimaté en 1838 sur la Côte, le mimosa n'a connu qu'au début de ce siècle une culture importante, en liaison avec la mise au point de la technique dite de forçage. Il s'est ensuite répandu sur la Ligurie puis en Yougoslavie et des tentatives de culture ont été faites dans les régions côtières bretonnes. De rares exploitations

lui sont consacrées également en Catalogne et en Roussillon, mais elles ne présentent pas un grand intérêt pour le commerce floral.

L'*Acacia Dealbata* est le plus souvent cultivé (16), car il est très résistant aux conditions extrêmes de culture (il est ici à la limite de sa zone écologique, aussi donne-t-il ses plus belles fleurs). Très florifère il a servi à un grand nombre de tentatives de croisements et ses hybrides sont nombreux (*Bon Accueil, Le Gaulois, Mirandole*). L'*Acacia Motteana* aime les sols très acides et se cultive moins facilement. L'*Acacia Floribunda* a une abondante floraison et il est capable de fournir des rameaux fleuris presque toute l'année. En outre il est moins calcifuge que ses congénères et a été utilisé comme porte-greffe de nombreux hybrides (*Baptiste* en particulier).

Le grand ennemi des mimosas reste le froid. L'arbre est déjà sensible aux faibles gelées, mais les gelées supérieures à — 5° sont catastrophiques, d'autant plus qu'il se développe dans des massifs aux pentes raides où le cultivateur ne peut prévoir d'abri ou de coupe-vent. Les hivers 1920, 1929, 1940, ont connu des gels de — 10° et le froid de février 1956 a causé des dégâts énormes anéantissant la plupart des plantations. Aussi, les mimosistes de la Côte s'efforcent-ils de répartir leurs plantations dans des endroits aussi éloignés que possible les uns des autres de façon à étaler les risques de gelées. Aux emplacements traditionnels (Tanneron, Biot, Antibes) ont fait suite certains secteurs de la vallée du Paillon (Berre-Les-Alpes, Contes, Coaraze, Bendejun) et de la vallée du Var (Plan-de-Carros) qui ont ainsi profité de cette décentralisation.

Les plantations de mimosa n'exigent pas de gros travaux. Le mimosa, s'il n'est pas détruit par le gel, vit longtemps et produit régulièrement pendant une vingtaine d'années. On lui a fourni au départ une bonne fumure de fond dans les terrains qui lui conviennent le mieux (pH 5,5 à 6). Chaque printemps on apporte des engrais solubles au moment d'un labour superficiel, enfin l'été il faut élaguer les arbres (tous les deux ans) pour aérer les branches et leur permettre de porter de beaux rameaux fleuris. Deux fois l'été on doit pincer les branches pour obtenir des rameaux de longueur convenable. On irrigue de deux à cinq fois en été, lorsque c'est possible. La récolte s'échelonne d'octobre à avril. Le *Floribunda* fournit des fleurs du 15 octobre au 15 mars, le *Motteana* de la Toussaint à Noël, *Mirandole* pendant les mois de décembre et janvier ; les autres hybrides, de janvier à mars qui est la grande période de récolte. Le *Gaulois* prend le relais jusqu'à fin mars, appuyé par *Dealbata.*

On a improprement parlé de forçage du mimosa, mais le terme étant entré dans le vocabulaire courant on le conserva. En effet, le forçage, mis au point empiriquement vers 1880, consiste à hâter la floraison d'un bouton. Ici, il s'agit de réaliser une floraison simultanée des glomérules. Les rameaux sont donc cueillis verts et mis dans une salle où ils sont fortement humectés soit par pulvérisation soit par l'humidité contenue dans l'air en grande quantité (chauffage au thermosiphon traversant des bacs remplis d'eau). Le mimosa trempe dans des bacs où il puise l'eau nécessaire (eau croupissante de préférence). La pièce de forçage est à 20-25° et, suivant les variétés, les branches restent de 36 à 72 heures. Lorsque la floraison a été obtenue, les branches sont séchées par un courant d'air et envoyées à l'emballage. Celui-ci est de plus en plus effectué sous sachets de matière plastique et certains expéditeurs les remplissent d'un mélange de gaz. On peut ensuite stocker les paquets dans des chambres froides à 2° ou 3° pendant quelques jours en fonction de l'étalement des demandes. La technique du forçage permet de ne pas cueillir tous les jours. La taille s'effectue deux à trois fois par semaine, tandis que les mimosistes peuvent expédier tous les jours. Il existe un grand nombre d'autres variétés qui sont cultivées par des horticulteurs et les pépiniéristes en vue de l'orne-

---

(16) De nombreux articles traitent de la culture du mimosa :
- B.T.I. 10, 1962.
- B.T.I. 108, 1956.
- B.T.I. 122, 1957.
- R.H. 9, 1962.
- « Côte d'Azur agricole » 6, 1957.

mentation des jardins. Le mimosa fournit une grande variété d'arbustes, de taille et de feuillages différents, de même que de coloris de glomérules (orange).

Certaines variétés de mimosas servent à la fourniture de feuillages décoratifs et ne sont pas exploitées pour les rameaux fleuris. En outre l'on peut mentionner ici que de nombreux feuillages d'origine tropicale sont cultivés pour l'ornementation. Le *Grevillea* expédié surtout vers les pays britanniques, le *Populus* utilisé essentiellement dans les préparations des fleuristes, le *blobulus* venu d'Australie et que les Allemands achètent une fois qu'il a été teint, le *ficifiglia*, le *mahonia*. Toutes les feuilles sont en général de couleur vert-pâle, mais sont mises à tremper dans des bains où par capillarité remontent des colorants chimiques surtout ocres ou rouges, plus rarement bleuâtres. Tandis que la moitié méridionale de l'Europe utilise peu ces feuillages dans l'ornementation, les habitants des pays septentrionaux en font un usage varié allant des bouquets aux couronnes mortuaires.

L'asparagus reste de beaucoup le feuillage prédominant (17). Son commerce est d'autant plus commode qu'il supporte aisément le transport. La Côte d'Azur est une des principales régions d'Europe dans la fourniture de l'*asparagus plumosus*, dont la vente l'emporte sur l'*asparagus springeri*. Le *grevillea*, le *ruscus*, l'*eucalyptus populus* sont également commercialisés aux marchés de Nice et d'Antibes.

4. La bulbiculture

On peut à tout moment produire des fleurs à partir des bulbes pendant la saison fraîche de novembre à mai. Toutefois, la vente n'est intéressante qu'au moment où la concurrence hollandaise et celle de la Vallée de la Loire sont négligeables. Le décalage des saisons entre les rivages méditerranéens et les Pays-Bas profite à la Côte d'Azur dont la production florale est en avance de plusieurs semaines sur sa rivale néerlandaise. Les anémones des Alpes-Maritimes sont surtout destinées au marché intérieur, tandis que celles d'Ollioules trouvent toujours un débouché à l'étranger. Il en est de même pour les tulipes qui alimentent le marché national et un très faible contingent est vendu à l'étranger où il rencontre les productions indigènes de serres (suisse, allemande, britannique) et les exportations néerlandaises.

On sait comment à l'aide de traitements thermiques appropriés on peut déterminer la période de floraison d'un bulbe pour un moment précis. Pour éviter l'encombrement du marché lors de la période normale de production et, partant, un effondrement des cours, on cultive des bulbes préparés pour différentes dates. Il existe ainsi des tulipes hâtives (10 décembre - 10 janvier), semi-hâtives (15 janvier - 15 février), tardives (15 février - 15 mars). Les Néerlandais restent les principaux fournisseurs de bulbes, car la France, et surtout la Côte, ne pratiquent pas la recherche des variétés nouvelles par semis, et très rarement les producteurs font regrossir leurs bulbilles en altitude pour éviter les dégénérescences.

Des firmes d'Antibes (18) sont spécialisées dans l'importation des bulbes de Hollande, dans leur préparation thermique en vue de leur vente sur la Côte. Ces entreprises sont d'autant plus indispensables ici que la culture des bulbes sous climat chaud favorise la dégénérescence des fleurs et la multiplication des maladies à virus. Chaque année le producteur de tulipes ou d'anémones doit renouveler ses bulbes et ses griffes par l'intermédiaire d'un grossiste importateur. Des firmes hollandaises viennent bien lui proposer directement la vente, mais il a rarement recours à ce circuit commercial, car les réclamations sont peu admi-

---

(17) R.H. 7, 1963 : *La culture de l'asparagus dans les Alpes-Maritimes.*
(18) R.H. 3, 1967.

ses et les délais de vérifications longs en cas de contestation. Les maisons sur place ont leur ingénieur-conseiller qui vient constater l'état des cultures à la demande des producteurs. Ces firmes jouent également un rôle de régulateur dans la production ; longtemps rivales et proposant des bulbes aux meilleurs prix elles ont provoqué un temps la surproduction et la mévente des anémones. Leur entente tacite en réduisant les ventes (effectuées à un prix plus élevé) leur donne les mêmes résultats financiers et n'engorge pas le marché.

Sur la Côte la plupart des plantes à bulbes et à rhizomes sont cultivées. Les principales sont les tulipes, les anémones, les lis, les arums, on trouve ensuite, couvrant de petites surfaces, dahlias, crocus, renoncules, calla... On s'attachera à la production des principales espèces.

Les anémones : Jadis installées à Antibes et Biot (19), les cultures d'anémones sont aujourd'hui dispersées depuis Antibes jusqu'au Plan de Carros. Le département du Var reste le principal producteur. Les Alpes-Maritimes doivent cultiver trente millions de *pattes* pour l'obtention de fleurs coupées. L'anémone reste une plante rustique, cela explique sa dispersion dans le département comme culture complémentaire. Elle ne réclame en effet qu'un abri au vent et une bonne exposition.

Les tulipes (20) : La tulipe non plus ne peut être l'objet d'une monoculture. Elle entre dans un cycle de production complexe et il lui arrive d'alterner avec des productions maraîchères. Le cycle de culture des bulbes est le suivant :

1° achat en Hollande de bulbes en septembre, mise en terre en novembre, production des fleurs en avril, arrachage des bulbes en juin.

2° les bulbes les plus gros (11-12) sont traités au froid puis forcés et donnent des fleurs l'hiver suivant ; ils sont ensuite éliminés.

3° les bulbes regrossis, après plusieurs années, subissent le même traitement thermique pour la production d'hiver.

Les variétés cultivées sont les mêmes qu'aux Pays-Bas. On rencontre les *Mendel*, les *Triomph*, les *Darwin*. Un bon producteur azuréen cultive une douzaine de tulipes hâtives, quarante variétés de demi-hâtives et trente de tardives. Les sols doivent être légers et perméables ; les fumures minérales solubles et les fumures organiques sont fournies en apports très variables car les cultures entrent en rotation avec d'autres fleurs et des légumes exigeants qui laissent un reliquat de fumure dans le sol. Il suffit pendant la durée de la plantation de biner les bulbes et de les arroser judicieusement. Les abris et les serres sont de plus en plus utilisés.

La principale exploitation bulbicole des Alpes-Maritimes est installée à Villeneuve-Loubet (21), sur des alluvions très grossières. De gros apports d'engrais ont été nécessaires pour équilibrer la constitution du sol. La surface de l'exploitation est de 23.000 mètres carrés dont 12.000 mètres carrés couverts, réservés à la production de tulipes et de produits maraîchers, les anémones sont produites sur des terres en location. De début octobre à fin février, les tulipes occupent la presque totalité des terres, leur floraison s'étale de début décembre à fin février. Après les tulipes, céleris dorés et salades prennent le relais jusqu'en juillet. Le terrain est alors labouré, puis désinfecté à la vapeur. Après deux mois de repos le cycle de culture recommence. Chaque année 350.000 à 400.000 bulbes sont achetés en Hollande. Plantés à l'automne ils donnent des fleurs en mars-avril, on laisse au moins deux feuilles à la plante pour le grossissement du bulbe. Fin mai, début juin les bulbes sont arrachés. On obtient un bulbe par fleur et des bulbillons qui sont envoyés dans le plateau de Valensole dans les Basses-Alpes pour grossissement. Une grosse partie de l'exploitation est équipée en coffres chauffés, mais la serre leur est préférable car elle réclame moins de main-d'œuvre. Deux chambres froides de

---

(19) R.H. 1, 1962 ; P.H.M. 3, 1965.

(20) B.T.I., n° 186, 1964.

(21) *La culture de la tulipe dans les Alpes-Maritimes.* « Bulletin des Engrais » 8, 1963.

cent mètres cubes chacune servent toute l'année. Le traitement des bulbes, le stockage des fleurs puis des légumes les ont rendus nécessaires. L'exploitation fonctionne grâce au travail de dix hommes et de neuf femmes et la production est considérable : 150 tonnes de légumes, 35.000 à 60.000 dizaines de tulipes, 100.000 douzaines d'anémones. La production florale trouve des débouchés différents. Les anémones alimentent les marchés aux fleurs des Pays-Bas, d'Allemagne et de Belgique, tandis que les tulipes sont surtout dirigées vers Paris et les grands centres urbains français.

Le glaïeul : cette culture est en pleine expansion, et il existe un très grand nombre de variétés (22), chaque variété donnant des fleurs plus ou moins tôt dans la saison hivernale, certaines poussant même jusqu'au cœur du printemps. Ne craignant que le gel, le glaïeul s'accommode de toutes les situations du Midi à condition que la durée de l'ensoleillement et la luminosité soient grandes. Peu de procédés ont donné satisfaction dans la recherche d'un étalement de la production. Les bulbes sont moins spécifiquement hollandais que ceux des tulipes. La France en produit dans la vallée de la Loire, à Angers en particulier, et dans le Vaucluse, où Althen-les-Paluds s'en est fait une spécialité. La croissance des plantes ne pose pas de problème compliqué, aussi de nombreux horticulteurs ont-ils choisi cette spécialisation. Ici encore, la qualité et le prix de la fleur sont fonction de la longueur de la tige, et le secret du producteur est la mise au point d'une irrigation fertilisante pour obtenir ce résultat. Le glaïeul est soumis à de nombreuses attaques de parasites végétaux et animaux, en principe facilement réduites par les produits du commerce

Les lis sont d'origines diverses. Leur culture est en régression malgré l'introduction de variétés nouvelles importées des Etats-Unis. Le *lilium longiflorum* est le plus cultivé surtout dans ses variétés *Croft Lily* et *Harrisii*, venues des Bermudes. Le *lilium Speciosum* offre différents coloris, tandis que le *lilium Tigrinum*, rouge orangé, bien que très beau, est moins cultivé. Toutes les plantes demandent un ombrage, et les meilleures exploitations ont des voiles à l'intérieur des serres pour protéger les fleurs de l'insolation. A la différence des Américains, les Azuréens n'utilisent pas encore l'éclairage artificiel capable de hâter la floraison de cette plante de jour long.

Les arums : encore une plante rustique dont les exigences sont très réduites. Leur culture est dispersée d'Antibes à Nice entre de petites exploitations. Si l'on apporte aux plantes de l'eau en quantité suffisante, elles fournissent au cours de l'hiver et au printemps trois fleurs (spathes) par plante.

Les autres cultures de plantes à bulbes sont peu importantes, souvent même moins que dans la vallée de la Loire, où pourtant les superficies demeurent faibles. Toutefois la notion de Côte d'Azur doit prendre ici une acception plus large, puisque, par-delà la côte rocheuse de l'Esterel et le massif des Maures on atteint, dans la banlieue toulonnaise, le principal centre français de production de bulbes.

La bulbiculture varoise : En effet la floriculture est aussi ancienne dans le Var que dans les Alpes-Maritimes. Elle a seulement pris des formes différentes, son évolution ayant été commandée par des conditions économiques particulières. La plus importante spécialité du littoral varois est formée par la bulbiculture. Ici, on produit depuis bientôt deux siècles des fleurs de narcisses, jacinthes, iris et anémones (23), mais le véritable élan de cette culture date des années 1880-1900. Beaucoup plus tard, les producteurs varois ont ajouté à leurs cultures celle des plantes ornementales destinées à la décoration des jardins de la région hyéroise.

---

(22) F.A. 1, 1960. *Défense et amélioration du glaïeul en Provence.*
J.F. 4, 1958. *Les glaïeuls d'été et leur culture.*

(23) R.H. 4, 1959. *La production horticole dans la région hyéroise.*
P.H.M. *La culture de l'anémone*, 3, 1965.
Cadenel D. : *Les cultures florales dans la région d'Ollioules.* D.E.S., Aix, 1962.

En outre, depuis une vingtaine d'années les fleurs coupées les plus demandées sur le marché international, œillets et roses, sont l'objet d'un commerce croissant.

La culture des bulbes est essentiellement l'affaire de la région d'Ollioules. Elle se présente sous l'aspect d'une culture peu évoluée techniquement. Les exploitations, surtout familiales, sont presque toujours mixtes, maraîchères et bulbicoles. Le bulbe ne réclame pas d'équipement particulier. Le mistral est freiné par des brise-vents en pierres ou en haies vives, quelques parcelles sont mises sous l'abri de paillassons. Les abris vitrés sont surtout destinés aux produits maraîchers ; en période d'inutilisation, ils protègent la croissance des plantes à fleurs.

Longtemps les Ollioulais ont pratiqué le grossissement des bulbes. Certains s'y appliquent encore (jacinthes, tulipes, narcisses et glaïeuls) mais la terre, saturée par des décennies de bulbiculture est infestée de parasites. Les cultures, obligées de s'enfuir, gagnent les communes les plus favorables. Brignoles, Le Val, Montferrat, Villecroze, font croître le glaïeul, Fayence, Sainte-Anne-d'Evenos, Le Castellet, le lis blanc, Puget-Ville et Cuers, la jacinthe. La culture prend deux formes. Ou bien les producteurs élèvent eux-mêmes leurs bulbillons dans l'espoir de réaliser une économie, revendant une partie de leurs bulbes à des voisins ; ou bien, en liaison avec des exportateurs hollandais, ils acclimatent dans le midi de la France les bulbes hollandais, introduisant ainsi les nouvelles variétés mises au point par les centres de recherches néerlandais. Il arrive même que des commerçants hollandais, installés à Ollioules et à Six-Fours, chargés de ces importations, achètent aux producteurs locaux une partie de leur récolte, dans la mesure où ils se sont assurés en cours de culture de la bonne qualité des bulbes. Aujourd'hui la production de bulbes en France, en dehors des apports néerlandais, est soumise à une forte concurrence de la part des régions du Nord-Ouest (Anjou, Vendée, Bretagne) et du Midi (Vaucluse). Certains exploitants (sont-ils plus avisés que les autres ?) achètent directement leurs bulbes dans la vallée de la Loire.

La production florale est commercialisée pour l'essentiel aux criées d'Ollioules qui répartissent ainsi les fleurs des quelque deux cents bulbiculteurs. Cependant cette spécialisation bulbicole est en déclin pour des raisons techniques, mais aussi à cause de la concurrence française ; cela explique l'essor des fleurs coupées « classiques », œillets et roses. Cette culture récente appartient à un autre type de floriculture, celui des régions pionnières, et à un autre type d'entreprise, celui qui relève du grand capitalisme.

5. Les autres fleurs

Les chrysanthèmes : les producteurs de chrysanthèmes constituent en France des catégories importantes, d'une part les *spécialistes*, plus ou moins obtenteurs de variétés nouvelles, producteurs de fleurs de tous types, d'autre part les amateurs, c'est-à-dire de nombreux maraîchers, garde-barrières et retraités qui cultivent en pots des chrysanthèmes qu'ils vendent à la Toussaint (24). Ainsi on voit les deux utilités du chrysanthème : plante en pot, il reste la plante de la fin octobre où une très grande demande a lieu ; fleur coupée il s'adresse aux fleuristes et s'insère dans la gamme des fleurs décoratives. A l'origine en effet le chrysanthème est une grosse fleur, et trop souvent on la considère encore, dans sa variété double, comme trop massif pour entrer dans la composition d'un bouquet. Les obtenteurs ont réussi à mettre au point des variétés simples, *alvéolés*, *chrysanthèmes japonais*, *pompons*, ont multiplié les coloris, réalisé des mélanges colorés du plus heureux effet, et tellement modifié l'aspect des fleurs que beaucoup d'acheteurs sur les marchés ne se doutent jamais avoir acquis des chrysanthèmes. L'exposition annuelle de Menton consacre chaque année des réussites de premier ordre. Reste attachée à cette fleur la vieille tradition française du chrysanthème, fleur de cimetière et non

(24) P.H.M. 5, 1966. *La culture des chrysanthèmes dans les Alpes-Maritimes.*
A.J. 2, 1957. *Chrysanthèmes.*

de décoration, alors que les Germaniques et les Scandinaves l'emploient depuis très longtemps dans l'ornementation.

Il est intéressant de devenir propriétaire de variétés, en raison du nombre élevé de producteurs secondaires qui achètent de grandes quantités de boutures pour la vente en pots. Une cinquantaine d'obtenteurs sont ainsi dispersés en France, et le dixième seulement se trouve sur la Côte. La recherche des variétés se fait par une sélection rigoureuse éliminant les *cultivars* sans intérêt. Un semis de quatre mille plants peut fournir la première année cinquante variétés, dont il reste une dizaine la deuxième et une ou deux la troisième année. Le *cultivar* est alors multiplié par boutures et prend place dans le catalogue de vente du producteur. Il arrive qu'une variété soit découverte en même temps par plusieurs chrysanthémistes ; il peut se produire aussi, dans l'intervalle de la mise au point, un changement de mode et de goût de la clientèle qui lui fait perdre tout intérêt.

Une fois encore les Hollandais sont gros fournisseurs de boutures, mais en l'occurrence ils n'exercent pas un contrôle très strict sur la production, si bien que la plupart des floriculteurs reproduisent ensuite le chrysanthème en organisant leurs propres boutures. Les techniques de production néerlandaises, mises au point en particulier à Naalwijk pénètrent sur la côte sous l'impulsion parfois de producteurs hollandais qui viennent fixer ici une partie de leurs établissements. Les bacs de multiplication des boutures doivent être en ciment et munis de résistances électriques pour chauffer le sol. Chauffage par air pulsé et ventilation d'air frais sont nécessaires ; certaines exploitations ont même des doseurs d'engrais. Cet appareil peu volumineux mais très onéreux est extrêmement utile : une analyse de sol est faite chaque semaine. Le producteur prélève un échantillon de sol et l'expédie en Hollande. En quelques jours la réponse téléphonique lui parvient avec les indications précises sur les dosages d'engrais à effectuer pour la semaine. L'appareil électronique est capable de doser de la manière la plus précise, au milligramme, la répartition des solutions de base. On obtient ainsi une eau d'arrosage fertilisant parfaite pour la plante, qui peut être distribuée sous forme de brouillard, ou par gravité, si l'on craint les condensations sur les feuilles par les nuits trop fraîches. On est très loin de la culture traditionnelle des chrysanthèmes en plein air, d'autant plus que l'avantage des serres est de permettre l'organisation d'un régime de jour court avec éclairage d'appoint nocturne.

Strelitzia : Le strelitzia est une plante d'introduction récente dans le cycle de culture et de production méditerranéenne (24 bis). L'originalité de sa forme, son prix de vente au détail, la lenteur de sa croissance, en ont fait une plante rare, dont les fleurs sont rarement acquises par le grand public. La grandeur des fleurs ne s'adresse pas à la clientèle traditionnelle mais sert à la décoration des vastes pièces, des halls, des grands édifices. Une quinzaine de producteurs, cultivant environ dix hectares sous serres fournissent l'essentiel des ventes.

La culture n'est pas préoccupante : la plantation réalisée, il faut attendre de trois à cinq ans pour que les strelitzia produisent leurs premières inflorescences. Alors le rythme de floraison est continu et très long. Une plante peut fleurir pendant vingt-cinq à trente ans, avec un seul apport annuel de fumier et une irrigation espacée. Le nombre de fleurs varie en fonction de l'âge de la plante : d'une dizaine à partir de cinq ans, il peut atteindre la cinquantaine à partir de huit à dix ans. En pleine maturité la plante devient trop vigoureuse, il faut prélever des éclats ou rhizomes et les repiquer ailleurs. La floraison s'étale de la fin de l'été à la fin du printemps et permet des expéditions régulières. Une exploitation d'un demi-hectare a pu fournir 400 fleurs par semaine en octobre, 900 en décembre, 600 en janvier et 5.000 en avril. Les exploitations bien conduites, c'est-à-dire celles où le propriétaire ne se contente pas d'arracher les fleurs, fournissent des rapports financiers très intéressants ; il faut seulement ne pas être pressé par des besoins d'argent pendant les cinq premières années de la plantation.

Il n'est pas possible de citer toutes les fleurettes produites sous serre et en plein air.

(24 *bis*) R.H. 1, 1953. *Strelitzia.*
P.H.M. 6, 1961. *Strelitzia.*
A.J. 1, 1957. *Strelitzia Reginae.*

Les fleurs issues de bulbes constituent la masse la plus riche ; les violettes, localisées autour de Tourrette-sur-Loup, sont menacées de disparition à cause de la rareté de la main-d'œuvre ; les anthémis restent la spécialité des collines niçoises.

6. Les pépinières ornementales

Les pépinières sur la Côte d'Azur sont avant tout destinées à la fourniture d'arbustes d'ornement pour les jardins publics et les parterres. Des entreprises, peu nombreuses mais importantes, très souvent anciennes, sont ainsi spécialisées dans cette activité. Quelques-unes, s'élevant au-dessus de leur rôle traditionnel, cherchent à exporter vers d'autres régions françaises ou même à l'étranger. Le *phœnix* en particulier a l'avantage de croître en pleine terre sous la faible protection d'ombrages ou de claies. Plus vigoureux que les *phœnix* obtenus dans le nord de la France, il trouve un débouché important auprès des pépiniéristes belges qui l'acclimatent aux conditions naturelles différentes du nord-ouest de l'Europe et le revendent ensuite. De la sorte, un pépiniériste niçois vend la moitié de ses 200.000 *phœnix* uniquement dans la banlieue gantoise. Une organisation complexe, des liens étroits entre producteurs et forceurs ou revendeurs se sont établis lentement. Un personnel qualifié est nécessaire dans ce travail de la pépinière que l'on a tendance à imaginer parfois comme moins délicat que celui de la culture des plantes à fleurs. Certes des manœuvres s'occupent de l'arrachage et du transport des arbres et des arbustes, mais toute une série de spécialistes doit veiller aux plantations, puis à la croissance, au tuteurage, au greffage, à la taille des plants. Tout est à surveiller avec minutie, le niveau de la nappe phréatique aussi bien que la taille des branches selon la destination de l'arbre. Les attaques des insectes, les maladies de toutes origines, l'acclimatation des espèces lointaines, sont autant de difficultés permanentes. Le principal souci du pépiniériste demeure toutefois la recherche de la tendance du marché : il faut savoir deviner quelles sont les espèces que la clientèle désirera dans deux, trois ou cinq ans, pour mettre en place les plantations adéquates. Il ne sert à rien de mettre en culture dix mille plants de cyprès si l'on n'en vend que cinq cents en cinq ans parce que la clientèle leur préfère des troènes. Certes les arbres demeurent en place en attendant la vente et prennent, en croissant, de la valeur, mais ils occupent le sol et gênent la mise en place d'autres cultures. A la différence de plantes à fleurs coupées qui utilisent les pentes des collines, les pépinières sont toutes installées dans les fonds alluviaux des vallées azuréennes. Le travail de la pépinière est aussi pratiqué par une centaine de jardiniers. Il s'agit de petites entreprises polycultrices dans les zones de résidence de la Côte d'Azur orientale surtout, fournissant aux jardins dont elles ont la responsabilité des espèces arbustives variées. Souvent les plants ne font qu'une halte sur le terrain du jardinier, provenant d'une pépinière plus importante.

7. La production spécialisée de plantes en pots

Pendant très longtemps la Côte d'Azur s'est spécialisée dans une production de plantes en pots d'un petit nombre de variétés appelées communément *plantes grasses*. Comme la demande est relativement réduite puisque, en dehors de la Côte d'Azur, il n'est pas possible de posséder dans les jardins de telles plantes en plein air, depuis quelques années de grosses exploitations se sont spécialisées dans la fourniture de plantes en pots vertes et fleuries. Quelques établissements seulement s'intéressent à la production de dizaines de milliers de petites *plantes cactées* et *plantes grasses*, les plus importantes se trouvant à Antibes et à Roquebrune ; une trentaine d'établissements, employant chacun de dix à quatre-vingts ouvriers, fournissent les plantes en pots réclamées sur le marché local et national.

La production des cactées

La difficulté pour de telles exploitations est la constitution d'un stock de variétés, ce qui peut prendre plusieurs années. Une fois la collection complète, la multiplication par les graines permet d'obtenir chaque année plusieurs dizaines de milliers de plants de chaque espèce. La principale difficulté provient des besoins particuliers en eau des différentes plantes. Si toutes s'accommodent de la forte insolation, les unes réclament beaucoup d'humidité tandis que les autres ont besoin de davantage de sécheresse. Le producteur doit donc s'adapter à la fois aux conditions requises par la plante mais aussi au goût de la clientèle. Celle-ci n'admet pas de payer plus cher une plante de quelques centimètres qui a réclamé trois ans pour sa croissance qu'une plante beaucoup plus grosse et de développement plus rapide. A la fin du printemps l'activité de l'exploitation est la plus importante ; il faut en même temps s'occuper de la mise en place du cycle de culture et de la pollinisation sur les pieds-mères. La demande est somme toute modeste, la production de quatre à cinq entreprises suffit à répondre aux besoins nationaux. Seule une exploitation du Béarn fait une concurrence importante aux producteurs azuréens, en dehors de quelques entreprises de la banlieue parisienne.

Les plantes en pots

Une trentaine d'exploitations occupant trente-cinq hectares environ a suffi à donner à la Côte d'Azur une place essentielle dans la production européenne des plantes en pots. Ce type d'entreprise s'est organisé lentement depuis que, voici un siècle, le poète Alphonse Karr a vendu à un jardinier niçois l'entreprise horticole qu'il avait créée. A l'heure actuelle les producteurs de plantes en pots ont besoin de mettre en place une infrastructure très complexe : serres métalliques, chauffage à air pulsé, système d'irrigation automatique. Le plus souvent l'horticulteur est obligé de créer une société et de faire appel à un financement extérieur. Il lui arrive aussi de s'intégrer à un groupe de production, chacun dans ce cas se spécialisant dans une partie de l'élaboration d'une plante. Des étrangers viennent aussi installer sur la Côte d'Azur des entreprises de plantes, avec encadrement, financement et débouchés extérieurs à la région. Tandis que les plus vieux établissements conservent une habitude polycultrice qui rappelle une tradition familiale de fourniture d'arbustes d'ornement, de plantes molles (géraniums et lierres), de plantes vertes et fleuries, les entreprises plus récentes, à la manière des producteurs de la banlieue parisienne ou du Bénélux, choisissent de n'élaborer que trois ou quatre variétés, les plus courantes, les mieux vendues. Il est rare de trouver une exploitation qui ne fournisse pas des *fougères*, des *ficus*, des *sanseverias*, des *philodendrons*. Une dizaine d'entreprises ne dépasse pas ces variétés. Les autres ajoutent les *cyclamens* et les *azalées*, les *crotons* et une dizaine d'autres variétés, mais ce sont des plantes achetées peu de temps avant la période de vente et qui sont forcées. De plus en plus le débouché de la production devient national et les camions qui livrent les jeunes plantes en provenance de la vallée de la Loire ou de la Belgique repartent avec d'autres variétés à un autre stade de développement. Ce secteur de la production azuréenne est en pleine expansion au point qu'il représente un chiffre d'affaires de l'ordre de treize à quinze millions de francs en 1966.

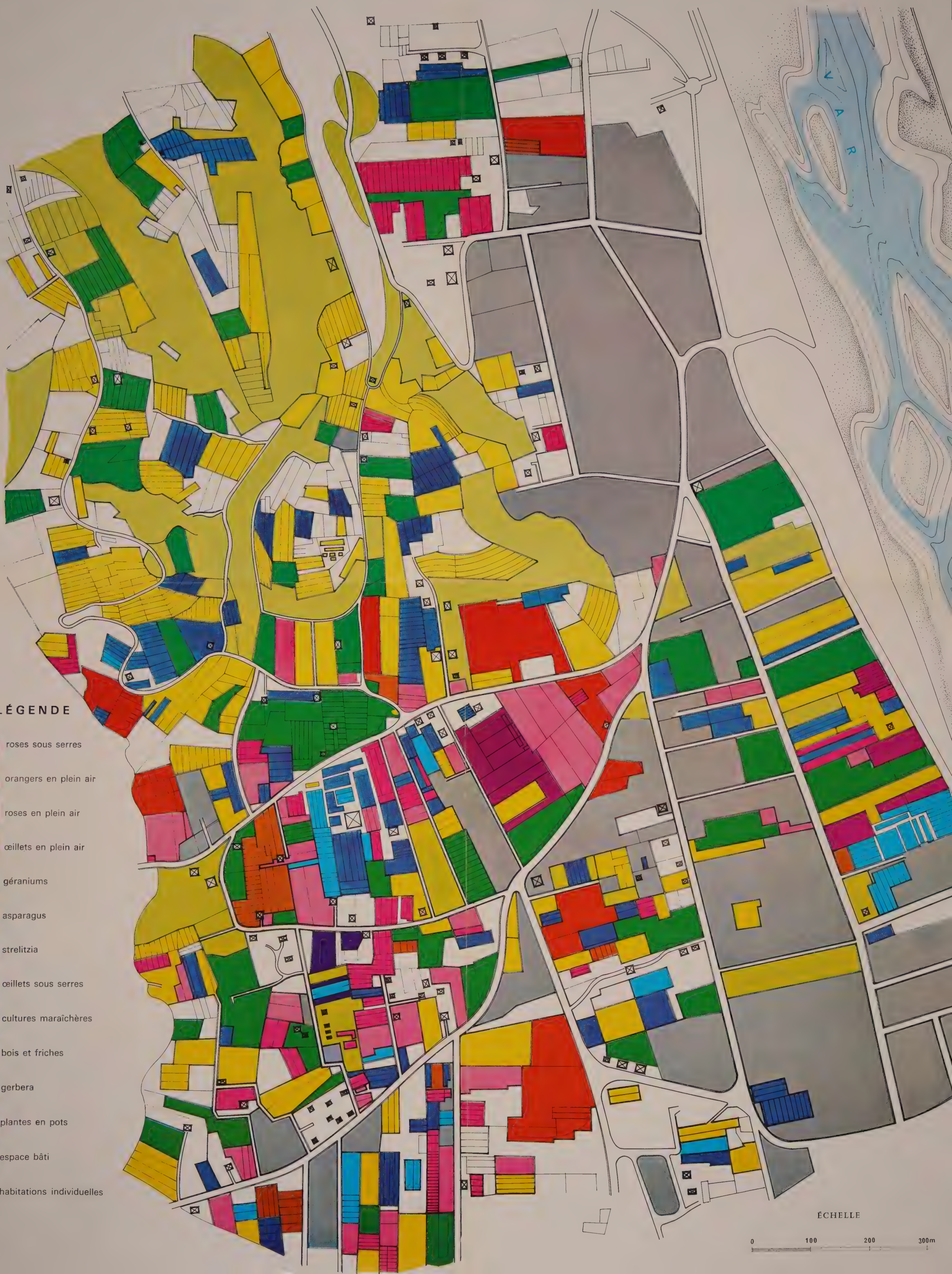
8. Localisation des espèces

a) Un terroir floricole dispersé

La répartition géographique des cultures répond à certains impératifs naturels, elle dépend aussi de la mise en place du peuplement Longtemps la grande région horticole, jusqu'à la seconde guerre mondiale, a été concentrée autour d'Antibes. Là se rencontrent de très vieilles entreprises, restées encore de nos jours, de structure familiale, ayant acquis une grande renommée. Beaucoup de floriculteurs sont des spécialistes, obtenant des produits de grande

Un exemple de Terroir Floricole

SAINT-LAURENT-DU-VAR (Alpes-Maritimes)



qualité, commercialisés le plus souvent par le biais des *Criées antiboises*. Sur les coteaux niçois, le peuplement est surtout d'origine italienne, composé d'émigrés ou de leurs descendants, qui se sont lancés dans la dianthiculture ; de la sorte les coteaux de la rive gauche du Var sont plus spécialisés dans la culture de l'œillet de plein air. De l'autre côté du Var, les horticulteurs d'Antibes, de Cagnes et de Saint-Laurent-du-Var sont polyvalents. Cela ressort d'une étude de la production, qui ne peut être réalisée qu'à l'aide des renseignements de la Mutualité Agricole, seul organisme capable de fournir le détail des surfaces réservées aux principales productions. De Cannes à Menton, la Côte prend ainsi une physionomie différente (voir carte).

La comparaison entre Antibes et Saint-Laurent-du-Var est significative. Antibes est la commune la plus polycultrice. Sur cent cinquante hectares de cultures florales elle présente toutes les productions : roses et œillets de plein air et de serre, asparagus et mimosa composent le bouquet le plus varié (et du meilleur rapport) de la région azuréenne. C'est l'exemple le plus caractéristique des très vastes possibilités de culture offertes aux horticulteurs des rivages de la Méditerranée française. Saint-Laurent-du-Var au contraire est essentiellement tourné, comme Cagnes-sur-Mer d'ailleurs, vers la production des œillets. La production sous serre est très importante et sur le coteau les serres disparaissent en direction de La Gaude. Il en est de même sur les collines niçoises où malgré l'extension des surfaces sous abri, les serres couvrent en proportion moins d'espace que les cultures de plein air.

D'autres communes sont nettement plus influencées dans leur développement horticole par des conditions pédologiques. Ainsi Cannes, Pégomas et Mandelieu qui se classent dans le peloton de tête des communes horticoles, le doivent à la présence du massif du Tanneron. Ici le mimosa règne en maître absolu et incontesté. Mougins, à la limite des zones de sols acides et calcaires présente un équilibre entre le mimosa et les plantes à fleurs coupées, mais la proximité des industries grassoises est annoncée par les cultures de plantes à parfums. Pour les mêmes raisons, Vence a une prépondérance de cultures de roses, dont beaucoup de roses de plein air, longtemps dirigées vers les parfumeries, mais maintenant remplacées par des roses Meilland pour la fleur coupée. Villefranche-sur-Mer et Beaulieu cultivent l'œillet et possèdent un secteur important de fleurettes (anthémis et giroflées). Menton, avec le retour des collines deltaïques, retrouve la culture du mimosa et toute la gamme des fleurs coupées de plein air, où l'œillet et la rose prédominent.

Ainsi les terroirs horticoles se différencient en fonction de leurs sols, mais également suivant la formation et les habitudes des horticulteurs. L'étude détaillée du terroir horticole laurentin le prouve.

b) Le terroir laurentin

L'exemple du terroir horticole laurentin (voir carte ci-avant et photo 7), a été choisi pour de nombreux motifs. D'abord il juxtapose les deux types d'horticulture les plus caractéristiques de la Côte d'Azur : à flanc de coteau des cultures en plein air et, d'autre part, sur les dernières pentes adoucies, ainsi que dans une étroite zone de plaine, une production intensive sous serre et plus rarement en plein air. Ce paysage est le symbole de la transformation de certaines zones horticoles vers une spécialisation plus grande et une intensification de la production. Sur le coteau en direction de la Gaude, la culture des œillets niçois règne en maître, en plein air ou sous paillasson, et ces cultures se maintiennent dans une zone qui s'urbanise lentement. Les constructions de Saint-Laurent hésitent à gravir une pente souvent très raide et restent localisées en bordure de la plaine du Var.

Ici, les cultures maraîchères sont absentes, les œillets niçois sont dans leur terroir d'élection, le défrichement de quelques pans de versants boisés ou couverts de garrigue ayant fait augmenter la surface cultivée depuis quelques années. Les exploitations sont entre les mains de débutants pour qui la culture de l'œillet niçois est une initiation à des techniques horticoles plus complexes. Souvent propriétaires de leur terrain, ces nouveaux venus côtoient cependant quelques métayers. Sur le coteau de Ragadan commence le second type de culture. Depuis la limite de la commune de Cagnes jusqu'aux premières maisons du vieux village de Saint-Laurent, le versant est couvert d'exploitations bien menées qui s'adonnent à une grande variété de cultures. Les unes sont spécialisées dans la création de chrysanthèmes et leur multipli-

cation, s'intéressant au début de l'automne à la production de fleurs coupées. D'autres ont lancé la culture des roses en plein air (v. p. 116 et sqq. pour une exploitation type), ou s'intéressent à la production des œillets de toutes variétés. Là, des obtenteurs célèbres ont pignon sur rue. D'autres ont de grosses exploitations de roses sous serre, ou bien ont acquis une renommée nationale dans l'obtention de boutures de géranium. Les serres d'asparagus donnent des palmes aussi belles qu'à Antibes, et quelques exploitations de plantes en pots et de plantes grasses sont à la tête d'un commerce actif. Certains exploitants s'occupent de l'expédition de leurs propres fleurs, ou bien, telle grande maison repliée de Nice sur ses terres au moment de la disparition du marché Saleya et de la création du Marché d'Intérêt National de Saint-Augustin ont une puissance internationale. Ainsi ces collines laurentines sont à la pointe du progrès technique et sont d'autant plus riches qu'elles sont sans cesse à la recherche de la meilleure formule de culture.

Cependant subsistent dans le paysage horticole des traces des anciennes spéculations. Le bigaradier a longtemps été une spécialité de Saint-Laurent-du-Var, mais la fleur de l'oranger amer est de moins en moins réclamée par la parfumerie grassoise. D'autre part la récolte de la fleur se place à un moment où toute la main-d'œuvre est occupée (avril-juin) aux travaux les plus divers. Il fallait donc faire venir des cueilleuses de Nice et même d'Italie. Ce qui était encore possible dans l'entre-deux-guerres ne l'est plus aujourd'hui ; la main-d'œuvre saisonnière fluctuante n'existe plus. Enfin beaucoup d'exploitations cultivant le bigaradier ont préféré céder aux agences immobilières leurs terrains, qui ont fait place aujourd'hui à des immeubles de résidence ou de rapport. On est ici dans la zone urbanisée de la Côte d'Azur, car Saint-Laurent fonctionne de plus en plus comme une banlieue de Nice. Dans ce secteur collinaire la vocation est résidentielle.

En quittant les dernières pentes très adoucies du coteau on atteint la plaine alluviale du Var. Le lit majeur a été conquis, depuis plus d'un demi-siècle dans ces quartiers, à la culture et à l'urbanisation par la construction d'une digue refaite et améliorée au lendemain de la seconde guerre. La présence d'un pont stratégique (Nationale 7 doublée de la voie ferrée Marseille-Vintimille) a valu à cette zone le triste privilège d'être très bombardée pendant la guerre. De la sorte, la paix revenue, les horticulteurs ont dû remettre en place une zone labourée par des explosions (*voir étude de l'exploitation M...*, p. 120). Beaucoup ont préféré abandonner un tel secteur et s'installer ailleurs. D'autres ont laissé un temps leur exploitation en friche avant de se décider à faire construire ou à vendre dans ce but. Quelques-uns ont construit des serres et se sont lancés dans des cultures de haute valeur (strelitzia, œillets américains, asparagus). Aujourd'hui le glissement de l'agglomération laurentine en direction du quartier de la gare et de la Nationale 7, pousse de plus en plus les constructions à recouvrir le domaine horticole. Les arrêtés préfectoraux interdisant la construction de nouvelles serres sont strictement appliqués (25), et pourtant, de l'autre côté du Var, à quelques centaines de mètres se trouve le plus beau marché aux fleurs d'Europe ! On ne pourrait imaginer position horticole plus favorable. Pris dans la zone à urbaniser, les horticulteurs battent lentement en retraite en essayant de s'installer sur le coteau laurentin. La présence de la nappe alluviale explique la cohabitation des floriculteurs et des maraîchers sur ce terroir. Le maraîchage recouvre à peu près le tiers de l'actuelle superficie consacrée à la culture de part et d'autre du boulevard qui unit les deux Saint-Laurent.

Ainsi trois âges, trois étapes d'une évolution se trouvent encore représentés dans la commune de Saint-Laurent-du-Var. D'abord l'horticulture de plein air et la culture des plantes à parfum, relayée ensuite par l'horticulture plus spécialisée et plus intensive et très souvent sous serre, enfin l'urbanisation du terroir chasse progressivement, et définitivement, les horticulteurs des meilleures régions de culture. On peut donc saisir ici une évolution rapide et irréversible. Voilà un exemple, des plus frappants, de la situation économique délicate des floriculteurs azuréens.

---

(25) On ne peut qu'être surpris de l'attitude des Pouvoirs publics. En réalité l'interdiction porte sur les quartiers fortement urbanisés ; des horticulteurs, prenant prétexte de la vétusté de certaines installations, agrandissent ainsi leurs serres en les reconstruisant. Ces difficultés ne sont d'ailleurs pas propres à la Côte d'Azur et se rencontrent ailleurs en Europe.

7. LE COTEAU LAURENTIN

Au pied du coteau occupé (dans la partie supérieure droite) par des cultures de plein air, les exploitations sous serres s'étendent dans la plaine. Au premier plan, une belle entreprise intégrée, s'occupant à la fois de produire et d'expédier. Dans le fond, sur le versant du Val Fleuri, arrivée du front d'urbanisation de Cagnes-sur-Mer.

III. Les hommes et leurs entreprises

1. Les producteurs

On peut distinguer parmi les quelque trois mille cinq cents horticulteurs de la Côte Azuréenne au moins trois catégories.

En tête, les vieilles familles d'horticulteurs, véritable aristocratie horticole, ont implanté la floriculture voici plus d'un demi-siècle. Elles disposent du fait de leur longue réussite de possibilités d'autofinancement, d'une longue tradition, d'une perfection dans la production, qui leur confèrent une influence notable dans le milieu horticole. La direction syndicaliste, la responsabilité des décisions locales, sont souvent leur fait. Cela comporte aussi l'attachement à quelques méthodes périmées de production ou de vente. Parmi ces horticulteurs on retrouve tous les petits-fils des pionniers de la culture de l'œillet niçois, des strelitzias, des cactées, des roses à bouquets.

La deuxième catégorie, de beaucoup la plus importante, est celle qui est venue à la floriculture par mutation : le plus souvent elle a abandonné la culture maraîchère ou fruitière, parfois même celle des plantes aromatiques pour créer les exploitations florales les plus prospères. La réussite de ces horticulteurs s'affirme par l'agrandissement depuis quelques années du domaine et l'emploi d'une main-d'œuvre non familiale, la majorité constituée d'émigrés récents. Dans ce milieu font leur apprentissage les Espagnols et les Calabrais auprès de gens qui sont parfois d'anciens émigrés piémontais. Le revers de la médaille est la vétusté du matériel agricole ; ces exploitations constituées antérieurement à la seconde guerre mondiale utilisent un matériel qui semble aujourd'hui périmé. Leurs petites serres, à armatures de châtaignier, manquent d'air et étouffent les plantes ; l'irrigation se fait encore souvent à la manche d'arrosage. Il faut reconnaître que ces entreprises font un énorme effort de modernisation. Un rosiériste remplace chaque année une vieille serre par une moderne : il en est à sa vingt-septième opération !

Enfin, la troisième catégorie est composée par les immigrés récents qui ont effectué une sorte de stage d'apprentissage auprès des horticulteurs de la catégorie précédente et qui s'installent à leur compte dans les marges de la zone floricole. Ils compensent leurs insuffisances techniques (ou l'impossibilité financière de produire de très belles fleurs) par une ardeur au travail peu commune qui leur permet l'apport de grandes quantités de fleurs sur le marché, rattrapant ainsi la faible valeur marchande de leur production. Calcul souvent erroné puisque la mauvaise marchandise en trop grande abondance fait baisser les cours, mais calcul souvent heureux car la production est payée de l'ordre du tiers ou de la moitié de la qualité extra alors que les frais d'exploitation représentent beaucoup moins que le tiers ou la moitié des frais des grandes exploitations productrices de variétés de très bonne qualité. Ces horticulteurs font donc en partie tort à une certaine catégorie de producteurs dont on peut à juste titre comprendre la mauvaise humeur à certains moments où les fleurs médiocres dévalorisent les belles variétés. A cet ensemble de nouveaux venus s'ajoutent les chefs des grandes entreprises capitalistes qui créent des exploitations horticoles au même titre qu'une firme industrielle crée une filiale. Peu nombreux, ils jouent toutefois un rôle important dans la production.

Il est difficile de dénombrer les floriculteurs qui travaillent de faibles surfaces. Beaucoup de maraîchers consacrent à certains moments de l'année, dans leur cycle de culture,

quelques ares à des plantes à fleurs. Les chrysanthèmes sont fournis pour une grande part en octobre par ce type de producteurs. Tous, on peut les classer dans la masse des horticulteurs occasionnels ou récents. L'immigration a sans aucun doute favorisé l'essor de la floriculture. Jamais sur la Côte d'Azur les forces locales de travail n'auraient augmenté de près du double les superficies cultivées entre 1930 et 1960.

Les immigrés ont réalisé tous les travaux de défrichement sur les coteaux. Ainsi, l'immigration a longtemps fourni, et constitue encore, une grande partie de la main-d'œuvre salariée. On assiste toujours au même processus d'installation. Suivant les périodes, ce furent les Piémontais d'abord, puis les *disoccupati* du Mezzogiorno, les Siciliens, les Calabrais, puis les Espagnols, les Portugais maintenant. Le schéma d'installation, immuable, est le suivant : le mari arrive d'abord et se place comme ouvrier salarié dans une exploitation florale où il apprend les rudiments du métier. Bientôt il fait venir sa femme. A eux deux travaillant dur, ils réalisent en quelques années (de deux à quatre ans) suffisamment d'économies pour envisager la prise en métayage d'une petite exploitation. Ils ne restent dans cette situation que le temps nécessaire pour accumuler ce qui leur permettra de s'installer à leur compte. Il est fréquent de rencontrer dix ans après leur arrivée en France des immigrés nantis d'une belle propriété, habitant une coquette villa, ayant voiture de tourisme en plus de la camionnette indispensable, mais continuant à travailler aussi durement qu'aux premiers jours et étalant des signes extérieurs de richesse dont ils ne savent d'ailleurs pas profiter.

Il existe également une immigration d'un type tout à fait particulier, celle des spécialistes nordiques de la floriculture. Il est en effet de bon ton dans une exploitation de plantes vertes d'avoir au moins un contremaître belge ou hollandais, parfois danois ou suédois, dans les entreprises de bulbes, un technicien hollandais, beaucoup plus rares étant les offres d'emploi faites aux Allemands. Le cosmopolitisme de la Côte d'Azur se trouve également dans la constitution du fonds ethnique horticole. Carrefour des espèces florales, la Côte est bien aussi en horticulture un carrefour humain.

a) Les dianthiculteurs

Assez paradoxalement les techniques les plus anciennes sont pratiquées par ceux des floriculteurs qui sont le plus récemment installés sur la Côte. Il est aisé de comprendre que les nouveaux venus, peu au courant des méthodes de travail scientifique, recherchent les façons culturales les plus simples. Cette catégorie de travailleurs est de beaucoup la plus nombreuse. Leur nombre en recul aujourd'hui, a pu atteindre en 1960, deux mille familles dans le département des Alpes-Maritimes. Ce sont pour la plupart des immigrés italiens, en majorité piémontais, dans une moindre mesure venus du Mezzogiorno. Sur ce nombre quelques centaines seulement pratiquaient la monoculture de l'œillet, les autres se partageaient entre le maraîchage et l'horticulture.

Entre 1930 et 1950, les coteaux niçois, en dépit de leur situation par rapport à l'agglomération, n'ont pas été atteints par l'urbanisation. Le prix des terres était donc relativement bon marché, si bien que les nouveaux venus avaient deux possibilités : ou bien ils s'installaient comme métayers, et cette situation ne constituait jamais qu'une étape dans leur installation définitive, ou bien ils achetaient ou louaient, dans la mesure de leurs capacités financières et des possibilités de prêts, quelques terres incultes, abandonnées ou à défricher complètement. Ce fut l'âge d'or des coteaux niçois pendant cette période, celle qui fit la renommée des œillets de Nice.

La situation actuelle de tels producteurs est assez fausse pour ne pas dire mauvaise. En effet ceux d'entre eux qui ont le mieux travaillé, ont réussi dans la floriculture, ils se sont convertis en producteurs d'œillets de qualité en investissant une partie de leurs bénéfices antérieurs sous forme de matériel agricole ou d'installations fixes. Ils ont donc changé de catégorie. Ils travaillent beaucoup et attendent en retour une bonne rétribution de leur travail. Toutefois l'accumulation du travail ne se fait pas au bénéfice de l'exploitation qui évolue peu techniquement, elle ne s'effectue pas non plus au profit du niveau de vie car les conditions d'habitations et de confort, les distractions restent très frustres. L'argent

accumulé l'est dans une spéculation paysanne d'épargne à long terme, il équivaut au bas de laine de nos anciens cultivateurs, sans apporter pour l'avenir une garantie suffisante de progrès économique. Ainsi une jeune brigasque (26), quittant son poste de bonne à tout faire à Nice, épouse un maçon piémontais. Tous deux prennent en métayage au cœur de Nice 2.500 mètres carrés de cultures d'œillets dans le vallon de Magnan sur un versant en très forte pente. Au bout de trois ans ils achètent, pour une faible somme, un pan de versant au-dessus de Lingostière dans la Vallée du Var. Le tout est à défricher et la masure à réparer. Un travail acharné, représentant en été jusqu'à 38 heures par jour pour le couple permet de compter sur des rentrées d'argent de 2,5 à 3 millions d'anciens francs par an, laissant un solde positif de près du tiers du total. L'achat d'une voiture, l'amélioration de la maison ont absorbé les bénéfices de trois années. Au moment où la situation devenait aisée, la mévente s'est abattue sur certaines variétés d'œillets niçois et les ventes ont juste couvert les frais d'exploitation. La recherche de quelques bénéfices s'est faite en augmentant la culture de 400 mètres carrés. Travail acharné, rentabilité aléatoire de l'exploitation, tel est le bilan de cette entreprise.

Cette mentalité se retrouve chez un grand nombre d'horticulteurs qui ont réussi. Installés à leur compte, ils sont considérés par les immigrés comme des *nantis*. Prenons un exemple : après dix-huit mois passés en Ethiopie lors de la conquête mussolinienne, ce jeune paysan dès son retour au Piémont part pour Nice. Pendant de longues années il est travailleur agricole. Comme les techniques de défonçage du sol avant la mise en place de boutures d'œillets restent archaïques, il lui faut retourner la terre à cinquante centimètres de profondeur au bident. Le travail commence à trois heures du matin au mois de décembre lorsque la lune éclaire favorablement, et certains jours le bêchage dure jusqu'à dix heures du soir. C'est donc un dur et long apprentissage sur le coteau de Saint-Pierre-de-Féric, à Nice. Par la suite, après un mariage avec une immigrée, le couple prend un domaine sur la colline de Terron, en métayage. Après la guerre, toujours après avoir accumulé patiemment les économies, c'est la prise en location d'un domaine. A ce moment les fleurs de cet horticulteur sont bien connues, les plants bien soignés donnent de beaux œillets, des expéditeurs viennent même sur place chercher la marchandise. En 1955, dernière étape de cette évolution paysanne, l'achat d'une propriété au nord de Nice, à Gairaut, le met à la tête des douze mille mètres carrés d'une olivaie abandonnée. Il faut niveler le sol au *bulldozer*, le recouvrir d'un mètre de terre rapportée provenant des terrassements immobiliers de Cimiez (près d'un millier de voyages de camions). L'analyse du sol révèle des carences dont il faut tenir compte, on les compense par des apports d'engrais chimiques et de fumier de ferme, provenant d'achats effectués en été, en prévision des fumures printanières, à une laiterie de la ville. La maison paysanne reste rustique, elle n'est presque pas transformée, la vétuste étable est seule aménagée en salle de tri et d'emballage. Toute l'exploitation est désormais consacrée à l'œillet niçois de belle qualité, vendu à haut prix à deux expéditeurs essentiellement. En l'absence du fils unique appelé sous les drapeaux, tout le travail est effectué par le propriétaire et sa femme. Sur les douze mille mètres carrés, cinq mille environ sont en jachère annuelle ; les autres sont occupés par les vaseaux d'œillets. Beaucoup de planches sont couvertes d'un abri vitré qui est fermé sur les côtés en hiver pour protéger du froid. La récolte moyenne est de cent cinquante à deux cents bottes par jour, cela représente une moyenne de travail quotidien de trente à trente-six heures, partagée entre deux personnes ! Il est en effet impossible de trouver une main-d'œuvre salariée sur ces collines, à moins de faire venir occasionnellement un parent d'Italie.

Un travail intensif permet de produire de grandes quantités de fleurs. Cette quantité est nécessaire car les cours sont bas en moyenne, il faut donc produire beaucoup dans l'attente d'une remontée des cours à certaines périodes de l'année lors d'un accroissement de la demande. Les investissements ont été réduits le plus possible, mais l'achat de la pro-

(26) Le rattachement à la France en 1947 des communes montagnardes de Brigue et de Tende a permis à un certain nombre de jeunes de se diriger vers l'horticulture azuréenne.

priété est revenu à quelque vingt-cinq millions d'anciens francs (elle vaut aujourd'hui, du fait de la spéculation sur les terrains, six cent mille francs). La couverture vitrée montée sur piquets de châtaigniers et lambourdes revient à 3.500 francs le mètre carré. Il n'existe plus pour ce producteur de position de repli : vivre en rentier n'est pas sa mentalité, lui qui reconnaît ne pas savoir utiliser ses loisirs sinon en surveillant sa plantation et en continuant à l'entretenir. A force de travail ingrat et souvent surhumain, cet homme est parvenu à posséder une très belle exploitation dont il ne retire pas toutes les satisfactions qu'un labeur intense de trente années pourrait actuellement lui fournir.

Cette amélioration de la qualité, le cours élevé des fleurs produites, révèlent le sens de l'évolution de la culture des œillets niçois. L'avenir appartiendra sans doute à un plus petit nombre d'horticulteurs qui auront préféré la qualité des variétés à la masse d'une production de faible valeur marchande et qui exige autant de travail pénible, minutieux et long.

Dernier élément de l'évolution, elle est en train seulement de s'ébaucher, certains métayers ou locataires, quelques propriétaires, plus rares, car ils attendent pour fixer leur choix la réussite ou l'échec de leur voisin, commencent à se lancer dans la culture des œillets américains. Ils utilisent à cette fin des serres rudimentaires, non chauffées. Cela est significatif de la tendance poussant quelques horticulteurs à la recherche de produits de plus belle qualité en s'assurant de nouveaux débouchés. En effet, l'œillet niçois, si beau soit-il, ne jouit pas de la même faveur auprès des importateurs allemands ou scandinaves que son homologue ligure. Les Italiens, en règle générale, produisent des fleurs de plus belle qualité avec des œillets crevards parce qu'ils savent que leur principal débouché est l'exportation qui ne badine pas avec la qualité. Au contraire les horticulteurs d'origine italienne, producteurs en France, ont moins été poussés à la recherche de la haute qualité puisque le marché français aux goûts plus étendus a absorbé jusqu'ici une production de masse loin d'être toujours parfaite.

b) Les rosiéristes

L'emploi de techniques variées permet de différencier les producteurs de roses. Tandis que pour certains la culture de plein air est la bonne formule, pour d'autres l'appel à des méthodes complexes appuyées sur les serres permet une production plus intense (27).

Exploitation R. P..., Cagnes-sur-Mer

Brillant horticulteur primé dans les concours floraux, esprit lucide et avisé, R. P. possède deux exploitations, l'une à Antibes, l'autre à Cagnes-sur-Mer. Dans la première, un métayer travaille dans des serres d'asparagus. La principale exploitation, à Cagnes, comprend 11.000 mètres carrés de bonne terre qui convient parfaitement à la culture des rosiers. L'ensemble est couvert de serres modernes entourant la demeure familiale où loge également une famille d'ouvriers employés sur l'exploitation.

La Maison Meilland-Richardier fournit les plants de rosiers et les greffeurs lors de la mise en route d'une culture, c'est-à-dire tous les six ans (il y a ici, pour conserver une bonne qualité un renouvellement plus rapide des plantations). Traitements antiparasitaires et brûleurs de soufre contre le mildiou évitent aux cultures les aléas habituels qui obligent parfois, comme à Antibes, à l'abandon de la production. Dans le groupe de serres le plus ancien, on a procédé à l'arrachage des plants de rosiers car la serre trop basse étouffait les fleurs. Des strelitzias les ont remplacés et en attendant qu'ils atteignent une taille normale pour la production de fleurs de premier choix (au bout de cinq ans), une culture dérobée de glaïeuls a été mise en place.

Glaïeuls et tubéreuses sont en effet une autre production qui trouve un bon débouché.

---

(27) Quelques monographies d'établissements sont publiées dans les C.R. des Journées florales annuelles organisées par la Direction des Services agricoles des Alpes-Maritimes. La R.H. 3, 1967 en a publié quatre intéressantes.

Les tubéreuses en particulier, parce qu'elles ressemblent à la fleur de l'oranger, servent à la confection des bouquets de mariées. Ces deux plantes à bulbes ont l'avantage de demander peu de travail. Mais trois ouvriers sont employés au moment de la taille bien que R. P. accomplisse avec sa femme l'essentiel du travail. Il faut être spécialiste en ce domaine, une mauvaise taille pouvant entraîner une réduction de la production (trois roses au lieu de six par an et par plant). Un bloc de six serres dispose d'un chauffage moderne à air pulsé, mais l'arrosage, effectué tous les huit jours est pratiqué à la manche ce qui représente un important travail en été si l'on veut éviter la formation des fentes de dessiccation qui en atteignant les racines entraîneraient la mort des plantes. Les binages sont fréquents, deux fois par mois en période de floraison, et tous les semestres des apports d'engrais de ferme sont réalisés.

Toute la production est commercialisée au Marché de Nice, bien que des expéditeurs viennent directement à la propriété chercher les roses à certains moments de grosses commandes. Le regret principal du chef de l'entreprise est de ne pas pouvoir obtenir des prix pour ses roses en rapport avec la valeur de la production. La clientèle en effet ne sait pas faire la différence entre la rose de qualité moyenne, vendue par exemple 0,50 F pièce et celle de très belle qualité (qui a reçu beaucoup plus d'engrais et de soins minutieux, qui présente une tige plus robuste et quatre-vingts pétales au lieu de quarante) qu'il faudrait vendre un franc et qui dépasse difficilement 0,60 à 0,70 F. La mauvaise qualité fait du tort à la bonne. Dans cette exploitation le plaisir du travail bien fait compense le regret de l'insuffisance de rendement financier.

Exploitation R..., Cagnes-sur-Mer

Sur le coteau du Val-Fleuri, sur quinze mille mètres carrés de serres, certaines très anciennes, s'étend une entreprise connue. On emploie deux ouvriers en plus des ouvriers d'appoint pour les grands travaux occasionnels. Les serres les plus récentes sont construites avec les profilés métalliques galvanisés qui reviennent bien meilleur marché. Les quatre cinquièmes des serres sont chauffées au mazout (trois installations de chaudières), le reste est constitué par des serres froides, en grande partie découvertes où sont plantés de jeunes rosiers. L'arrosage est fait par rampes, l'eau est fournie par le canal de la rive droite du Var. L'exploitant pratique l'autofinancement, la main-d'œuvre familiale lui semble essentielle. On trouve ici un horticulteur de vieille tradition familiale dont l'état d'esprit, autant que la production l'apparentent aux vieilles entreprises d'œillets niçois.

Les plants de rosiers lui sont fournis par un voisin qui lui loue d'ailleurs une partie de la propriété. Ce sont des rosiers Meilland, des roses Eclipse et des Baccara. La plantation peut durer de quinze à dix-huit ans ; elle nécessite au préalable un gros défonçage, une désinfection à grande profondeur, la vapeur ne suffisant pas, on emploie Shell DD contre l'anguillule et puis le Vapam. Le fumier de mouton revient cher mais il est essentiel.

La taille est toujours faite en fonction de la période où l'on veut que le rosier produise, c'est-à-dire deux fois par an : en septembre pour les roses de Noël et en janvier pour les roses de printemps. Pour les serres chauffées il faut prévoir une taille rigoureuse : à la Toussaint pour la Noël, en novembre pour février. Ce dernier mois est le plus intéressant pour la vente des roses. Il y a une troisième récolte qui ne réclame pas de taille particulière, elle se fait en mai.

Les ventes sont effectuées de deux façons : par l'intermédiaire de la criée d'Antibes qui donne les prix les plus élevés et par des expéditions aux commissionnaires parisiens. Les roses adressées à Paris sont emballées dans des cartons, surtout au printemps, tandis qu'à l'automne et en hiver Antibes reçoit l'essentiel de la production. Quelques envois sont faits parfois à un commissionnaire de Marseille. Les commissionnaires prennent 15 % ; et il faut compter sur un cinquième du prix total pour les frais (transport et emballage).

Actuellement, la concurrence du bel œillet — également une fleur coupée — provoque de l'avis de ce producteur une situation de surproduction. Il produit 25.000 dizaines environ dans l'année et compte un bénéfice représentant la moitié du prix total de vente.

Exploitation D..., Rosiériste, Saint-Laurent-du-Var

Entreprise originale, montrant le passage du maraîchage et de l'arboriculture à la floriculture. Sur dix mille mètres carrés de terrains couverts, avec l'aide de cinq ouvriers, dans des serres anciennes, cet exploitant possède une très belle production de rosiers. Dès qu'il a de l'argent, n'ayant jamais emprunté sauf une fois à un ami, il construit une serre. C'est un producteur maraîcher qui a, peu avant la guerre, abandonné la culture des pêchers et de la vigne à raisins de table et a fait évoluer son exploitation vers les rosiers. Aujourd'hui, il possède trente serres, mais ne veut plus en construire parce que sa seule fille ne s'intéresse pas à l'exploitation. Toutes les constructions ont été effectuées en autofinancement.

Il achète des plants Meilland et cultive 70.000 rosiers environ. Les rosiers restent en terre au moins quinze ans ; il cultive une quinzaine de variétés. La firme Meilland dispose d'inspecteurs pour surveiller le nombre de rosiers et voir s'il n'y a pas d'abus.

L'élément essentiel de son système de culture est le fumier ; il en introduit de deux à trois tonnes par serre et par an vers le mois de mai. Il recouvre tout le sol ; de cette façon, il limite les obligations d'arrosage l'été (tous les 20 jours environ). Une première taille a lieu entre le 20 septembre et le premier octobre, date limite ; la deuxième se fait jusqu'à la fin mars. Les plantes donnent de deux à trois fleurs (ce qui est peu).

La vente a lieu au marché de Nice à de gros expéditeurs de Nice et d'Antibes (il apporte parfois jusqu'à trente corbeilles, soit jusqu'à mille douzaines par jour !) Il a des expéditeurs attitrés, certains lui sont fidèles depuis vingt-cinq ans. Il y trouve son avantage pour les prix ; s'il ne vend jamais très cher, par contre en période de faibles cours il obtient des prix intéressants. Il a abandonné le principe du commissionnaire depuis que, lors du seul voyage qu'il ait fait à Paris, le 16 juillet 1957, à la Porte de Champerret il a vu de ses roses vendues 700 francs pièce alors qu'à Nice le cours était de 300 F la douzaine. Cet horticulteur est plus soucieux de créer que de vendre, et son entreprise mériterait davantage de réussite.

c) Autres exploitations

R..., Chrysanthémiste, Saint-Laurent-du-Var

Petite exploitation en pente sur le coteau laurentin. Le propriétaire est un spécialiste de la recherche des variétés. Le chrysanthème se reproduit par graines ou boutures. Le climat méditerranéen est selon lui désavantageux : les graines pourrissent, il est difficile de féconder les fleurs. Il faut conserver les graines jusqu'en février-mars, époque à laquelle on sème. Les plantes fleurissent alors au moment de la Toussaint. Il effectue une rigoureuse sélection ; d'une cinquantaine de variétés la première année, il en reste dix la deuxième et une ou deux la troisième.

Les variétés sont multipliées par boutures, jusqu'à ce que les caractéristiques soient bien définies, moment où l'on récolte la graine. Les boutures en coffres sont conservées jusqu'à la Toussaint ; ensuite il développe les boutures de décembre jusqu'en mai, le bon moment étant janvier-février. Cet obtenteur établit alors un catalogue de ses variétés qu'il va proposer aux autres producteurs de chrysanthèmes ; mais quand une variété est trouvée il doit attendre environ trois ans pour la fixer avant de la commercialiser, et dans l'intervalle il arrive que la variété n'ait plus d'intérêt : lancée par un concurrent ou changement de mode.

Il présente ses fleurs pour les faire connaître dans toutes les grandes expositions, il a des médailles d'or et des diplômes de la plupart des pays (trois médailles d'or aux expositions de Rome, de nombreuses récompenses à Menton). Il a débuté à l'âge de vingt ans avec quelques boutures après un apprentissage d'une année chez un horticulteur ; puis il s'est formé tout seul mettant au point ses recettes qu'il garde jalousement.

H..., métayer, producteur d'Asparagus, Saint-Laurent-du-Var

Sur les rives immédiates du Var, un hectare de terrain partagé entre deux métayers. Après les bombardements de 1944 (treize bombes sur l'exploitation), et la reconstruction, le propriétaire avec les dommages de guerre sépare son exploitation entre deux métayers. Au début, la reprise des cultures maraîchères s'impose en raison de la conjoncture économique, puis la réinstallation de roseraies s'effectue à partir de 1948. Les roses sont cultivées sur le même terrain depuis trop longtemps, probablement une cinquantaine d'années, aussi faut-il tenter une conversion ; l'Asparagus semble la plus convenable.

Actuellement trente et une serres couvrent l'exploitation, dont trente sont consacrées à l'Asparagus, la dernière roseraie devant bientôt disparaître. La main-d'œuvre est de trois personnes, toutes de Saint-Laurent car il y a une stricte nécessité dans l'emploi d'un personnel habitué aux façons culturales. Les serres sont d'un modèle ancien ; quelques-unes à châssis métallique, beaucoup en bois, certaines ont des bâtis de ciment avec lambourdes en marronnier. Les serres jadis équipées de poêles à pétrole pour les roses ne sont plus chauffées.

La préparation du sol est importante, l'asparagus ne supporte pas les sols trop calcaires. Ici le sol est en partie rapporté ; anciennes ordures ménagères (ce qui a donné un excès de phosphate), puis fumure au fumier de ferme (en faible quantité), actuellement il y a surtout en dehors d'apports particuliers des adjonctions de tourbe en provenance des Pays-Bas.

Une plantation faite l'été donne des récoltes huit mois après. La plantation s'est d'abord organisée avec des semis fournis par les Italiens (régions sicilienne et ligure). Actuellement le remplacement des plants âgés et la constitution de nouvelles plantations sont faits par le métayer lui-même qui a des semis sur terre de bruyère (pH 7), en provenance de la forêt de Fontainebleau. La durée de plantation est de 20 ans si le sol est une terre franche argilo-calcaire. L'irrigation par aspersion se fait à partir d'un tuyau central, la pression est obtenue par un bassin. Après la transplantation en vaseaux de 4 rangées de pieds, il faut pourvoir au désherbage, à l'arrosage, relativement rare car l'atmosphère est assez humide naturellement, aux épandages d'insecticide (lutte contre araignée rouge). Une fois par mois des pulvérisations antiparasitaires sont effectuées.

Les trois employés suffisent : l'un est constamment occupé à couper les palmes, l'autre, une femme, pratique le tri dans la salle de conditionnement tandis que le métayer lie les bouquets par brins de cinquante. Les branches sont divisées en six catégories. Deux types principaux : les palmes et les épointés subdivisés chacun en trois catégories suivant la longueur. Une des principales occupations consiste à surveiller que les pousses ne s'enroulent pas entre elles, et un homme les déroule constamment : un hectare représente entre 160.000 et 180.000 pieds, de 10 à 40 palmes chacun.

Pendant les premières années du fonctionnement de l'exploitation horticole, après la guerre, H... est allé aux Criées d'Antibes. Mécontent de l'inégalité des cours, il s'installe au marché de Nice, pendant dix mois, d'octobre à juin. Des expéditeurs, habitués au fournisseur, achètent la totalité de la production. Il n'y a presque jamais d'invendus ; ils sont pris dès le lendemain. Autre avantage, le prix est fixe pour toute la campagne ou presque. Il y a une simple augmentation au printemps. Le prix est fixé à l'amiable entre le producteur et l'acheteur. Avant la campagne d'hiver une entente entre les producteurs fixe un prix de départ.

La vente s'opère dans toute la France mais surtout dans la région parisienne. L'Ouest demande surtout des palmes, l'Est des épointés. Les pays du Marché Commun et surtout l'Allemagne en absorbent une belle quantité. H... estime que le rendement de son exploitation est convenable, maintenant qu'il a amorti les frais d'investissement et terminé la construction des serres et de l'habitation. Il est intéressant de noter que c'est la nécessité d'abandonner une roseraie qui a conduit à la plantation d'asparagus. A Saint-Laurent une douzaine d'exploitations s'y consacrent, mais deux seulement, dont celle citée, ont un hectare de superficie.

M..., producteur de Strélitzia, Saint-Laurent-du-Var

La propriété a été détruite pendant la guerre. La culture a repris avec la construction en 1951 de cinq mille mètres carrés de serres. Le seul bâtiment qui subsiste a été aménagé en salle d'expéditions, à côté du bassin réservoir. Pas d'installation de chauffage, arrosage par gravité ; l'arrosage par aspersion construit dans les premières serres a été supprimé étant donné qu'un seul arrosage mensuel suffit. La main-d'œuvre est très réduite pour ce genre de cultures : un couple d'employés, l'homme entretient la plantation, la femme emballe les fleurs.

Une seule espèce est cultivée, le strélitzia. Les plantations sont organisées par l'achat de rhizomes en 1951 en Italie (une partie passée grâce à un arrangement avec la Douane italienne), actuellement, on pratique la division des plants pour entretenir les espaces laissés vides par la mort de quelques plantes. Le plant à l'état naturel vit en Afrique centrale au bord des arroyos ; pour reconstituer l'ambiance naturelle les serres sont peintes à l'ocre rouge pour tamiser la lumière. La plante est en pleine production florale à partir de la dixième année, ce qui explique la cherté des fleurs. Elle commence à fleurir à partir de la cinquième année. Elle dure très longtemps, souvent plus de vingt-cinq ans.

Une plante de dix ans donne environ dix fleurs annuelles, la floraison s'étalant de fin août à la fin mai. Tous les strelitzia vivent sous serre ; on en rencontre quelques-uns dans les jardins ; si le gel fait disparaître les feuilles, elles repoussent l'année suivante, mais la floraison est sans intérêt économique. Il faut donc des serres. On profite des deux mois de répit de production en début d'été pour aérer les serres, par les bas-côtés, on dépose les engrais, on pratique les binages nécessaires. L'arrosage n'a lieu qu'une fois par mois, au sol (d'autres exploitations emploient l'aspersion). Les engrais sont simples (sang de bœuf + acide phosphorique + parfois un apport de potasse). Les parasites sont la cochenille (qui attire la fourmi d'Argentine) et les poux lanigères. On les détruit avec la nicotine. Les fleurs durent très longtemps en vase, un mois. La vente la plus régulière est à Paris, car les cours sont peu sujets à de grandes variations. On vend à la clientèle deux fleurs et une feuille. Aussi le producteur met-il dans les cartons un certain nombre de feuilles devenues inutiles puisque plus aucune fleur ne se détachera de la tige qui a donné une floraison. Le prix moyen est de 2 francs pièce, les plus belles fleurs atteignent 3 francs ; celles venues du Maroc et cultivées en plein air n'arrivent qu'à 0,80 F pièce.

M... a trois concessionnaires aux Halles de Paris. Il expédie la plus grande quantité à celui des trois qui paie le mieux. Il y a également vente, plus rare, à Nice et à Antibes. Les fleurs partent par le train des fleurs à midi, elles sont en vente le lendemain après-midi à Paris, après avoir voyagé en wagon STEF. La production d'octobre est de 400 fleurs par semaine, mais ce sont des plantes jeunes en début de production. En décembre 900, en janvier 600 (après un ralentissement de production dû à un ouragan), et avril 1963 : 5.000.

Il prévoit un repli vers Cuers (Var) lorsque l'urbanisme ou l'autorité le chasseront.

La culture du strélitzia est une *culture de rentier*. Demandant peu de travail, exigeant beaucoup de patience dans l'attente des premiers bénéfices, c'est une culture de bon rapport à longue échéance.

Etablissements Barberet, Cap d'Antibes.

Ces établissements ont pour objet la production et la vente de boutures d'œillets américains, production de type semi-industriel. L'œillet américain a été introduit en France pour la grande culture vers 1947. L'œillet américain est aujourd'hui la fleur la plus cultivée dans le monde entier. Jadis l'horticulteur fabriquait lui-même ses boutures qu'il prélevait sur les pousses latérales des tiges florales racinées dans des coffres. Cette multiplication végétative en circuit fermé amenait une dégénérescence inéluctable de la variété et un développement des trachéomycoses, maladies mortelles des vaisseaux, transmissibles par les boutures et contre lesquelles les traitements fongicides sont sans effet. Ces problèmes génétiques et phytosanitaires expliquent l'apparition d'une activité horticole nouvelle, celle de producteur spécialisé de boutures.

8. FLORICULTURE AU CAP D'ANTIBES

Résidences et parcs privés occupent la pointe du Cap. Au centre, de grandes exploitations multiplicatrices d'œillets et créatrices de roses. A gauche, petites et anciennes entreprises florales font place aux villas.

Ces dernières sont obtenues par des pieds-mères exclusivement réservés à cet effet. Elles sont garanties indemnes de maladies et assurent un meilleur rendement que les boutures prélevées sur les tiges florales : mieux nourries, la reprise est plus vigoureuse et rapide et le nombre de départs consécutifs au pinçage plus élevé. Trois associés et trois directeurs ont la responsabilité de la marche de l'entreprise. Groupant six exploitations elle cultive 1.500.000 pieds-mères, c'est l'une des plus importantes du monde (voir photo 8). Aux Etats-Unis les deux plus grosses firmes produisent à elles deux autant que B... La capacité journalière de production est de 20.000.000 de boutures et la vente est effectuée pour moitié en France et pour moitié à l'étranger (Italie, Belgique, Suisse, Finlande, Portugal, Bassin méditerranéen).

L'établissement recherche la haute qualité grâce à des moyens techniques culturaux modernes. A La Londe, dans le Var, une exploitation expérimentale de trois hectares comporte un laboratoire de recherches. On obtient des plants issus de méristèmes et on crée en outre des variétés nouvelles. La culture de tissus de méristèmes apicaux permet d'obtenir des plants indemnes de virus et doués d'une vigueur accrue. Les prix de vente sont calculés pour se situer entre les prix américains (très élevés : une bouture vaut 60 centimes aux Etats-Unis) et les prix très bas des petits exploitants (dans le but de trouver un débouché). La bouture est vendue aux environs de 25 centimes. L'horticulteur qui a acheté des boutures reçoit la visite des agents de la maison, formés par des ingénieurs agronomes, à Antibes. La maison recherche à développer également les débouchés de la fleur coupée. Elle est à l'origine de la création de plusieurs coopératives de producteurs dans le Var, groupant quarante exploitants et une vingtaine d'hectares de serres et à Antibes. Le plafond de vingt-deux millions de boutures par an atteint, l'entreprise, qui conserve malgré tout son caractère familial, par ailleurs obligée de faire un large crédit à sa clientèle, est parvenue aux limites de l'entreprise industrielle.

Un semestre auparavant il faut prévoir la production de chaque variété, et cela par semaine, ces prévisions étant réalisées d'après la production des pieds-mères (15 à 20 boutures par pied) enregistrée pour chaque variété et chaque saison des années précédentes. La firme vend une quinzaine de variétés (contre une dizaine pour les autres firmes). L'offre doit être adaptée à la demande. Cette adaptation systématique est difficile avec un matériau biologique. Les goûts de la clientèle sont influençables et une variété après une réussite d'un an peut s'avérer un échec. Les quantités de boutures à cultiver sont fixées pour les deux saisons de production, le printemps la plus importante, et l'automne. Douze représentants, dont huit en Italie, affirment la présence de la maison dans toutes les régions floricoles. Ils remplissent les bons de commandes et surveillent le comportement des boutures vendues.

Les pieds-mères sont spécialement pincés pour permettre la croissance des boutures ; ils ne fournissent jamais de fleurs. Sélectionnés avant leur plantation ils sont indemnes de maladies et de virus. L'absence de floraison apporte aux boutures une nutrition régulière et complète ainsi qu'un maximum d'air et de lumière. Les plantes sont élevées en culture automatique dans des serres métalliques en banquettes surélevées. Les serres à multiplication sont équipées de *mist-system* qui recouvre toutes les feuilles d'un mince film d'eau en permanence. Les boutures sont enracinées dans un milieu neutre, la perlite, culture hydroponique avec apport d'une solution nutritive comprenant les aliments majeurs (azote, acide phosphorique et potasse), les aliments secondaires (calcium, magnesium, soufre), aliments absorbés en faible quantité mais dont l'absence provoque des maladies de carence (zinc, fer, manganèse). Les boutures en herbe, coupées sur le pied-mère à l'aide d'un canif dont la lame a été désinfectée à la flamme, sont mises par mille une fois traitées dans des sacs plastiques et sont stockées en chambre frigorifique à 0°5. En état d'hibernation elles peuvent ainsi se conserver pendant des mois. Avant d'être plantées, les boutures sont trempées dans des hormones végétales (auxines) qui facilitent la formation des racines. Les boutures une fois enracinées sont retirées avec précaution et sont prêtes à la vente. Périssables, elles doivent être plantées avant une semaine. Camions rapides, voie ferrée, et avion emportent les colis de boutures.

Le personnel comporte une partie fixe et une partie saisonnière ce qui nuit au rendement collectif. Les employés sont logés gratuitement en dortoirs. Les horaires sont de dix heures minimum de travail quotidien avec possibilité d'heures supplémentaires le soir. Le personnel se compose d'une cinquantaine d'ouvriers qui préparent les boutures et d'une quarantaine d'ouvrières dans la salle de tri et d'expédition, où Espagnoles, Italiennes, Françaises, Musulmanes entretiennent parfois des relations orageuses.

Une filiale de l'établissement, installée à La Londe, recherche la régénération des variétés SIM par des cultures méristématiques. Le travail est fait en liaison avec le Centre de Radioagronomie de Cadarache qui utilise les irradiations de la bombe au cobalt pour provoquer des mutations, source de nouvelles variétés.

Les floriculteurs varois

Les producteurs de fleurs coupées sous serre sont de plus en plus nombreux. Longtemps, comme les Azuréens, profitant de la ligne du P.L.M., les horticulteurs varois ont cultivé des œillets et des roses de plein air. De Bandol, par Sanary et Ollioules, les floriculteurs par-delà l'agglomération toulonnaise, gagnaient La Garde, Carqueiranne et Hyères où domine la culture maraîchère de plein air (20 hectares sous abri seulement). Ils furent gênés dans la commercialisation de leurs fleurs par la production locale de fleurs de bulbes, par la concurrence des fleurs niçoises dont la production plus massive était plus connue.

Actuellement la floriculture est entièrement rénovée, et cela depuis les événements d'Algérie (1960-1962). Quantité de cultivateurs ont choisi de s'installer dans des domaines polyculteurs de la dépression permienne de Solliès-Pont à Toulon. Des conditions de prêts favorables ont déterminé leur décision et cela au moment où les producteurs de la Côte d'Azur cherchaient une position de repli pour leurs établissements menacés d'expropriation. Tout a concouru, avec l'aide de maisons antiboises de boutures et de plants, à l'essor de la floriculture et en particulier de la culture des œillets américains. Céréaliculteurs du Constantinois et maraîchers de la Mitidja se sont lancés dans la culture florale sans formation technique et professionnelle en choisissant les cultures d'œillets américains (une fleur se vendait alors 45 centimes pièce à Nice ou Antibes et une laitue 70 centimes !) et parfois, de roses.

Entre Le Luc et Toulon, principalement autour de Solliès-Pont, La Farlède et La Garde, la culture des œillets américains est devenue la culture florale principale, étouffant, par la publicité qui orchestrait son développement, les cultures traditionnelles en plein air ou sous serres plus modestes de la région hyéroise et les cultures de bulbes d'Ollioules. Dès 1964, 40 hectares de serres modernes sont mis en place, le Crédit Agricole jusqu'en 1966 a permis l'édification de 92 ha 6 tandis que plus de 42 hectares étaient construits par autofinancement. Ni l'espace ni la routine ne contraignent les dianthiculteurs incapables de résister aux tentations présentées par les constructeurs de serres : serres sur rails, équipées d'aérateurs automatiques, de distribution de gaz carbonique, de chauffage automatique d'appoint. La production débuta dans l'enthousiasme, les lendemains ont déchanté, les horticulteurs traditionnels, goguenards, ont assisté à la déroute des installations mises en place à coups d'emprunts par des gens que les péripéties de l'Histoire avaient chassés d'Afrique. Deux S.I.C.A. (Florazur et Solliès-Flor), deux coopératives (Floravar et Fleurève, cette dernière surtout antiboise), puis une nouvelle S.I.C.A. en octobre 1966 destinée à créer un nouveau marché (SICA du Marché aux Fleurs du Littoral varois) avaient l'ambition louable de vendre les fleurs en s'adressant aux nouveaux circuits du commerce européen. Les floriculteurs ont joué franc jeu, il y a eu maldonne.

On retrouve ici tous les obstacles rencontrés par les S.I.C.A. en pays méditerranéen. Celle de Saint-Laurent-du-Var fut un échec, celles du Var se débattent au milieu de difficultés insurmontables et le Crédit Agricole, malgré sa bonne volonté, ne peut plus les aider. Floravar eut 36 adhérents en 1963-64, en 1966 il en restait 17, cultivant au total 5 hectares, les dissidents étant allés former une nouvelle coopérative, Provence-Flor, groupant 28 adhérents sur 7 hectares de culture. L'histoire de Floravar montre les difficultés : elle débuta en automne 1963 dans l'euphorie. La récolte d'œillets américains du printemps 1964 fournit une

proportion de 80 à 85 % de fleurs de catégorie *extra*. Chaque fin de quinzaine le comptable établissait une moyenne des cours et répartissait les bénéfices au prorata des apports de bottes, les coopérateurs s'engageant à livrer toute leur production en vrac. Le tri était effectué dans les locaux de La Garde par une vingtaine d'employées. La S.I.C.A. retint 3 centimes par fleur ; en 1965, elle retint 8,4 centimes par tige quand la fleur se vendait 16 centimes. Les inconvénients sont apparus lors des deux campagnes ultérieures. Les fleurs de second choix devinrent plus importantes, mais surtout la facturation des différentes qualités en dépit des machines électroniques était très difficile. Un producteur qui vend séparément peut se permettre d'offrir des bottes plus ou moins belles, donc d'en obtenir un prix irrégulier. Ici les différenciations ne sont plus possibles. On établit un ou deux prix pour l'ensemble d'une journée ou d'une semaine, sans tenir compte des nuances de qualité entre la vingtaine de producteurs ; ces nuances font d'ailleurs l'avantage des prix d'un marché traditionnel. L'amoindrissement des bénéfices n'a pas encouragé les floriculteurs à soigner la qualité ; mais les importateurs étrangers, puisque l'essentiel de la production était destiné à la Rhénanie, ont su jouer sur ces insuffisances pour faire baisser les prix. En outre, en période de forte floraison, l'embauche d'un personnel supplémentaire de trieuses augmente les frais au moment précis où les bénéfices diminuent, ce qui ne se produit pas dans l'entreprise familiale qui se satisfait d'un simple allongement de la durée du travail quotidien. Ainsi des prix très moyens ont entraîné la débandade des coopératives en 1966-67, et les perspectives de développement de la floriculture varoise ne sont pas très favorables.

2. La structure agraire

1. Les modes de faire-valoir

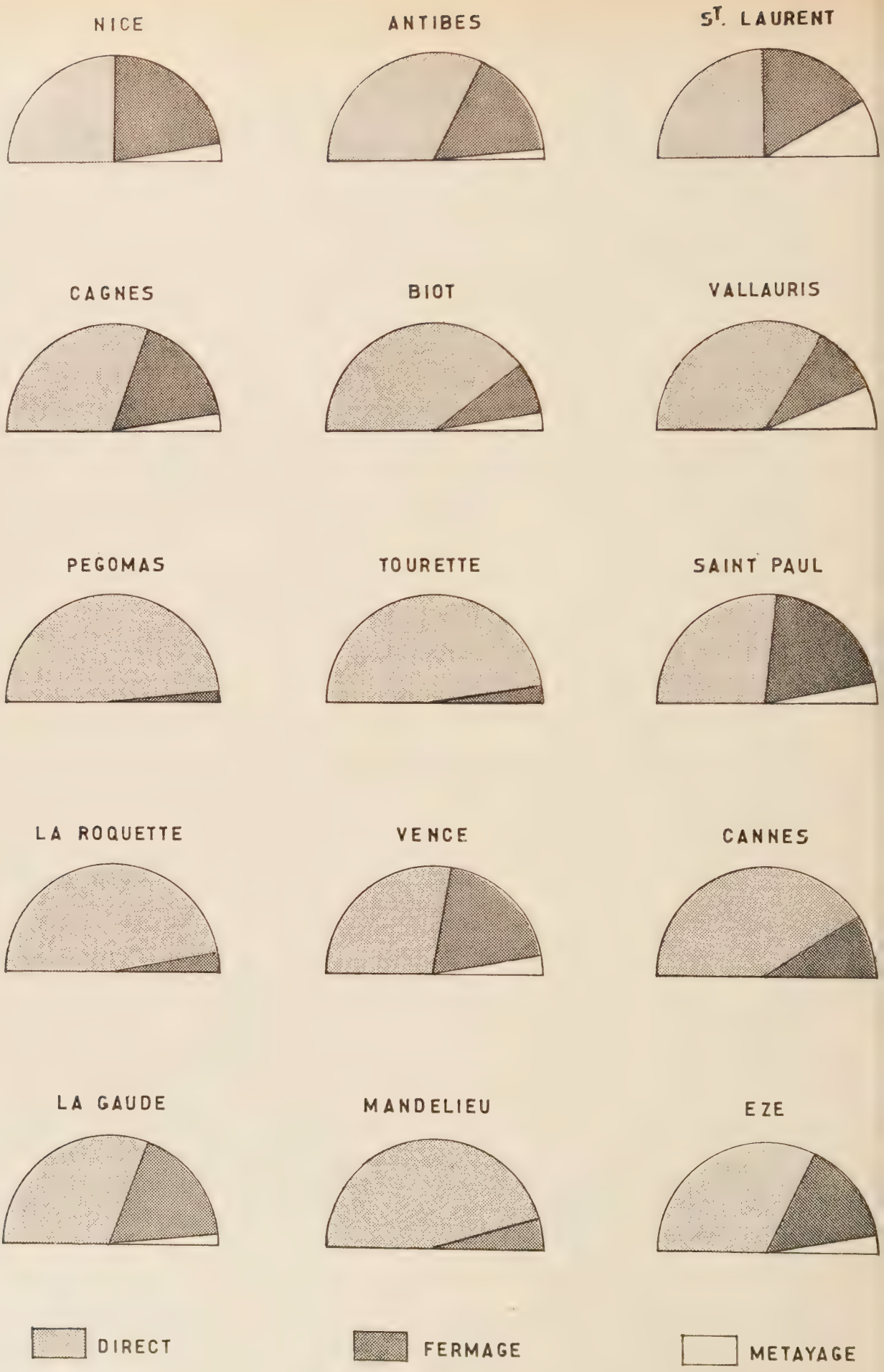
Les régions floricoles dans leur ensemble sont soumises au régime de la petite exploitation et au faire-valoir direct. Si on rencontre dans toute l'Europe cette prépondérance de l'emprise familiale sur la terre, cependant, selon les régions, les modes de tenures ont des importances relatives différentes. Ainsi le métayage est inconnu dans l'Europe Nordique où se pratiquent seulement faire-valoir direct et fermage. Progressivement, en se déplaçant vers les régions plus méridionales, le métayage apparaît. Il demeure le vestige d'une situation

	Nombre total d'exploitations	direct Faire-Valoir	Fermage	Métayage
Alpes-Maritimes	3.133	1.980 63,2 %	977 31,3 %	176 5,5 %
Ligurie	8.688	8.574 1) avec salarié 94,3 % 2) sans salarié 4,4 98,7 %	28 0,3 %	86 1 %
Toscane	1.227	672 54,8 %	Locataires 160 13,5 %	390 31,7 %

sociale moins évoluée ; on le découvre dès la vallée de la Loire, il s'amplifie dans les Alpes-Maritimes, et demeure très important en Toscane. Au contraire, en Ligurie, de même que le fermage, il est inexistant. La Côte d'Azur se place de ce point de vue en région de transi-

Figure 10

Répartition des modes de faire-valoir sur la Côte d'Azur



tion; en effet, le faire-valoir direct prédomine, mais le fermage est très pratiqué et le métayage se maintient dans une proportion importante.

On a mentionné à plusieurs reprises comment le processus d'établissement des immigrés italiens s'opérait. Les régions disposant d'une horticulture de plein air importante, c'est-à-dire les collines de Nice, de Saint-Laurent et de La Gaude se doivent d'avoir les pourcentages de métayers les plus élevés (28). Cela est normal puisque les horticulteurs font très souvent leur apprentissage technique sur ces collines. Saint-Laurent-du-Var a la proportion la plus écrasante, 17,3 %, La Gaude suit avec 7,7 %. Nice (5,4 %) et Saint-Paul-de-Vence (5,5 %) ont les mêmes proportions mais se trouvent dépassés par Vallauris (13,3 %) où la présence du métayage s'explique par la culture des rosiers (la culture des œillets est ici faible ; peu de surfaces lui sont consacrées, 24 ares sous serre et 30 de plein air). Le partage n'est d'ailleurs pas possible à effectuer entre la culture des rosiers pour la fleur coupée et celle pour les roses de parfumerie. On rencontrera les mêmes difficultés sur le terroir vençois. La rose de mai, longtemps matière première de la parfumerie grassoise, réclame dans l'année peu de soins, mais un intense travail pour la récolte. Ce *surtravail*, seuls les horticulteurs décidés à beaucoup d'efforts peuvent l'envisager.

Dans les quinze principales communes horticoles des Alpes-Maritimes, cinq, c'est-à-dire le tiers, n'ont pas de métayers. Il y a une corrélation entre cette absence de faire-valoir indirect et la culture du mimosa. En effet Mandelieu, Pégomas, La Roquette-sur-Siagne et Cannes, qui sont les quatre principales communes productrices de mimosa, n'ont aucun métayer, et leur absence à Tourrette-sur-Loup s'explique également par la présence d'une culture particulière. Violettes et anthémis y sont cultivées sur des exploitations anciennes, issues des héritages familiaux où la culture se fait sous le couvert des oliviers. Ce terroir traditionnel, conservateur du paysage agricole méditerranéen maintes fois décrit et étudié en particulier par Kayser (29), reste exceptionnel en horticulture florale. Ailleurs les horticulteurs se sont plutôt montrés des pionniers et des défricheurs, s'installant sur des pentes où seuls, autrefois, paissaient les troupeaux.

L'explication du partage entre exploitants directs et fermiers est plus délicate à réaliser. La proportion d'un fermier pour deux exploitants directs, 31,3 % pour 63,2 %, est obtenue pour l'ensemble des exploitations florales du département des Alpes-Maritimes. Le fermage est important dans les mêmes communes où le métayage est lui aussi notable. Au contraire, dans les communes horticoles polycultrices, et en particulier productrices de roses en grandes quantités, la présence des fermiers est très discrète. Cannes, Pégomas, Mandelieu, Tourrette-sur-Loup ont une très forte proportion d'exploitants directs ; Antibes est bien la commune modèle du département, puisque sa répartition est la suivante : exploitants directs : 64 %, fermiers : 32,2 % ; métayers 2,8 %. C'est presque la reproduction des pourcentages départementaux. Tout un groupe de communes a une proportion d'exploitants directs autour de la moyenne (60 %), ce sont Cagnes, Biot, Saint-Paul-de-Vence, Eze ; puis la proportion s'abaisse nettement au-dessous de la moyenne dans les communes dianthicoles : La Gaude a 53,5 %, Nice a 51,4 % et Saint-Laurent fléchit jusqu'à 49 %. L'importance des fermiers est donc inversement proportionnelle à celle des exploitants directs. Nice en a 43,2 % ; Saint-Laurent 33,7 %, Biot 34,8 %, La Gaude 38,8 %, et Eze 35,5 %. L'importance du fermage se traduit-elle par une amélioration de la qualité de la production par rapport à celle fournie par les métayers ? On est tenté de le croire, parce que les entreprises en fermage sont souvent tenues par d'anciens métayers qui ont trouvé là une étape intermédiaire dans leur évolution économico-sociale. Ce statut de fermier leur donne la terre, leur permet d'éviter ainsi des achats dispendieux. Pour cette raison, les collines du delta du Var portent la plupart des exploitations en fermage, voisinant avec celles en métayage.

Les liens entre les modes de faire-valoir et les superficies exploitées sont, par ailleurs, assez évidents.

---

(28) Voir tableaux, figure n° 10.

(29) Campagnes et villes de la Côte d'Azur, thèse Lettres, 1958.

2. Les exploitations sont, dans l'ensemble, assez petites

Nice possède la plus forte proportion de fermiers et une masse non négligeable de métayers (45 exploitations en métayage, 371 en fermage, sur un total de 857). C'est aussi une des communes horticoles où la superficie moyenne cultivée en produits ornementaux est la plus faible : 17,7 ares par rapport à une moyenne départementale de 26,69 ares (30). Seul Biot a une moyenne analogue (17 ares). Tandis que les cultures de plein air de Nice, et la mise en exploitation par les immigrés italiens peuvent faire comprendre la faiblesse des surfaces niçoises, au contraire Biot représente la tendance inverse. Biot est une des communes possédant le plus de superficies sous serre, donc les entreprises les plus puissantes : 963 ares d'œillets sous serre, 226 de roses, 145 d'asparagus, tout cela sous abri, contre 52 ares d'œillets en plein air, et 139 de roses. Ainsi les deux types opposés d'entreprises, le plus simple et le plus complexe, peuvent se retrouver dans la même colonne statistique. Tout cela est normal.

Cagnes (21,6 ares), Saint-Laurent (23,1), Tourrette-sur-Loup (25,8), Saint-Paul-de-Vence (20,4), Vence (19,8) et même Vallauris (16 ares : la plus faible moyenne départementale s'explique ici par la présence de petites exploitations polycultrices consacrant quelques surfaces aux fleurs à parfums) ont des exploitations de même importance moyenne, autour de 2.000 mètres carrés. Cela permet soit une monoculture florale dans certaines communes, soit au contraire la rotation sur une exploitation plus vaste de cultures de plein air. Toutes ces communes s'approchent de la moyenne départementale de 26,69 ares, artificiellement élevée par les surfaces extensives réservées aux cultures de mimosas).

Antibes et Eze avec 39,2 ares et 37,1 ares en moyenne se trouvent illustrer l'enrichissement des horticulteurs qui peuvent consacrer davantage d'argent dans des salaires ouvriers : à Eze une entreprise sur deux a un ouvrier horticole. La Gaude est la commune à mettre à part dans cet inventaire : 57,5 ares en moyenne, cela représente des surfaces de culture considérables ; 5.750 mètres carrés cultivés en moyenne annuelle par les exploitants représentent des surfaces qui dépassent le cadre de l'entreprise familiale, quel que soit par ailleurs le mode de faire-valoir. On pénètre dans l'entreprise à mi-chemin entre la grande organisation capitaliste utilisant massivement le salariat et la petite exploitation familiale. L'œillet est responsable en partie de ces surfaces car 380 ares sous serre et 783 en plein air lui sont consacrés ; mais si l'on ne cultive pas comme à Vence la rose pour la parfumerie (25 ares de rosiers en plein air), par contre on recense 293 ares de tubéreuses. Il y a donc pour un total de 28 exploitations floricoles (15 en faire-valoir direct, 11 en fermage et 2 en métayage), 37 ouvriers agricoles employés (29 hommes et 8 femmes) en permanence, ce qui double ou presque les forces de travail. Ainsi les entreprises peuvent accroître les surfaces mises en culture.

Il n'existe pas de difficulté pour comprendre ensuite comment un certain nombre de communes ont des moyennes de surfaces très supérieures. Installés sur les terrains siliceux de l'ouest du département, cultivant le mimosa gros consommateur d'un espace qui ne peut d'ailleurs être consacré à d'autres cultures florales car pentes et sols s'y opposent, les horticulteurs de Pégomas (154,4 ares en moyenne), Mandelieu (103,7), Cannes (82,2), La-Roquette-sur-Siagne (157,1) disposent des plus vastes exploitations des Alpes-Maritimes. Ici, le lien direct entre le type de culture, le mode de faire-valoir et la superficie des exploitations est flagrant.

Le choix de la culture détermine donc, aux extrêmes, les autres éléments de la structure des entreprises. Les communes qui se situent dans le milieu du tableau, proches de la moyenne, sont celles qui ont une polyvalence de la production, qui s'approchent le plus près des moyennes de surfaces et des pourcentages moyens de chaque mode de faire-valoir.

---

(30) On a établi ces comparaisons à l'aide des déclarations de cultures effectuées par les horticulteurs à la Mutualité agricole. Compte tenu du fait que les horticulteurs pratiquent une jachère nue du tiers à la moitié de leur exploitation, on peut, par extrapolation avoir une idée de la surface totale cultivée. Les lignes qui suivent ne tiennent compte que des surfaces mises en culture.

La *superficie totale des exploitations* reflète les conclusions auxquelles on vient d'aboutir à propos des surfaces cultivées en produits ornementaux. Si l'on considère les quinze premières communes horticoles du département, groupant 2.934 exploitations sur un total de 3.133, on s'aperçoit qu'il y a un partage à peu près équitable entre la très *petite entreprise* vouée à l'horticulture (1.458 exploitations, soit 49,8 % du total des quinze communes, ont moins d'un hectare de surface totale) et l'entreprise que l'on peut appeler *moyenne*, en dépit de sa faible importance (1.393 entreprises appartiennent à des exploitants qui possèdent de 100 à 500 ares, soit 47,6 % du total). Par contre la *grande exploitation*, au-delà de cinq hectares, est exceptionnelle : 2,6 %, groupant 83 entreprises.

Autrement dit, quand entre en ligne de compte l'ensemble des surfaces possédées et non plus seulement la surface effectivement floricole, on s'aperçoit que les petits exploitants directs et les fermiers sont uniquement producteurs de fleurs. La monoculture horticole ne peut pas s'accommoder de vastes surfaces, la main-d'œuvre familiale étant alors insuffisante pour couvrir toutes les tâches. Sur les plus vastes entreprises, l'apparition d'espace non floricole accroît la surface sans pour autant donner plus de facilité aux producteurs pour développer la culture ornementale. En effet, à Vence, seule commune notable en ce domaine, où quatorze exploitants disposent de plus de cinq hectares (6 % des entreprises pour une moyenne départementale de 2,6 %), le plus souvent les garrigues à moutons au-dessus de la zone horticole ou les friches des versants très raides des vallons (comme sur les coteaux niçois d'ailleurs) augmentent la surface totale.

La floriculture azuréenne est bien le fait d'entreprises familiales disposant chacune de peu d'espace et travaillant sans grand appoint de main-d'œuvre salariée.

Cet aperçu de la puissance horticole azuréenne laisse cependant planer un doute sur l'avenir de la plus ancienne région floricole d'Europe (31). Progressivement, les cultures des autres régions de production de France, des bords de la Méditerranée et de l'Europe du Nord-Ouest fournissent de plus en plus de fleurs. La Côte d'Azur maintient un chiffre d'affaires à peu près immuable pendant que la Ligurie voisine présente un essor spectaculaire dans la quantité des fleurs offertes sur le marché mais aussi dans la qualité. Dans les Alpes-Maritimes, la qualité reste sans aucun doute possible très élevée dans l'ensemble, mais le nombre de fleurs commercialisées chaque année est en trop faible augmentation pour que l'on puisse parler d'expansion. A quels phénomènes, naturels ou économiques, doit-on attribuer une telle conjoncture ?

Longtemps les œillets niçois ont fourni l'essentiel des apports sur le marché. Leur vente facile assurait une progression de l'offre. Leur essor était lié de près à l'installation des immigrés italiens depuis l'entre-deux-guerres. Ces nouveaux venus étaient voués à la culture de l'œillet niçois. La qualité, même moyenne, trouvait preneur sur le marché niçois du Cours Saleya. Aujourd'hui, les Italiens ont conquis le marché allemand, longtemps principal débouché, et les horticulteurs de Ligurie ont des fleurs mieux adaptées aux goûts de la clientèle d'outre-Rhin. Le marché français à certaines périodes de l'année, reste intéressant pour de telles fleurs à bon marché, mais la durée totale d'une campagne offre rarement dans son ensemble des prix rémunérateurs, en dehors d'une quinzaine de jours au total. Dans l'ensemble, les œillets sont vendus à bas prix ; de la sorte, le producteur ne peut recouvrir les frais de culture qu'il a consentis. L'amélioration de la production provient du maintien dans la région d'un grand nombre de producteurs avisés, avertis que seule la recherche d'une bonne qualité moyenne est la seule façon de conserver une production locale face à la concurrence nationale et internationale. Cependant l'amélioration de la qualité permet d'alimenter, surtout sur les marchés intérieurs français, un courant continu d'approvisionnement, les horticulteurs azuréens ne cherchant pas à développer leurs ventes

(31) La floriculture azuréenne en péril. « L'Information horticole » 1, 1967.

à l'étranger. Le commerce d'expédition dispose d'une gamme très complète de fleurs offertes toute l'année sur les différents marchés de la Côte d'Azur, à Nice et Antibes.

La régression ou la stagnation de l'horticulture azuréenne peut provenir du grand nombre de difficultés rencontrées dans des domaines qui ne sont plus proprement horticoles (32). Les dépenses d'équipement sont très lourdes dans le Midi de la France. Les serres sur la Côte d'Azur sont très chères à construire et plus onéreuses que des constructions identiques des banlieues de Lille ou d'Angers. Ce n'est pas là un obstacle majeur ; mais la production azuréenne ne pourra se maintenir face à la concurrence de la Ligurie que dans la mesure où elle deviendra semi-industrialisée, c'est-à-dire dans la mesure où l'essentiel de la culture sera réalisé sous abri de verre. Le climat azuréen est, en effet, dans le cadre de l'évolution horticole de l'Europe, de moins en moins favorable car il ne fournit pas une floraison régulière et prévisible. La construction des serres est interdite par arrêté préfectoral. Les horticulteurs ne peuvent demander que des autorisations de modernisation de leurs entreprises. Ils démontent les abris de fortune de bois et de verre construits voici une vingtaine d'années et les remplacent par des serres très modernes. Parfois ils obtiennent la possibilité de construire de nouveaux abris ; mais après une lutte administrative qui décourage ceux qui n'ont pas l'habitude de se mouvoir à travers les complexes rouages des Services Publics.

La surenchère portée sur les terrains par les constructeurs immobiliers est la menace la plus grave qui pèse sur les floriculteurs. Aucune région horticole ne connaît en ce domaine des difficultés aussi aiguës que la Côte d'Azur. En effet, l'espace disponible est très rare et reste l'objet d'une prospection incessante des promoteurs immobiliers qui n'hésitent pas à proposer des sommes d'autant plus considérables qu'elles leur seront remboursées par les acquéreurs d'appartements ! Si quelques horticulteurs, par leur situation et leur réussite commerciale sont à même de résister victorieusement, la plupart des petits horticulteurs ne peut résister à l'attrait de versements très importants, qui leur permettent, ailleurs, dans le département du Var par exemple, de relancer l'horticulture sur des espaces plus grands, mieux aménagés techniquement, mais plus mal situés pour la commercialisation. D'autres abandonnent le métier de la terre et utilisent l'argent reçu pour tenter, sur la Côte, d'autres entreprises, et se reconvertissent le plus souvent dans le commerce. Tel est le très grave danger qui menace de mort l'horticulture azuréenne dans une échéance qui n'est pas très lointaine. La construction du plus beau marché aux fleurs d'Europe, à Nice, correspond au moment où les organismes professionnels envisagent la régression de l'horticulture azuréenne. C'est donc un devoir impérieux pour les Pouvoirs Publics de défendre ce secteur de l'économie méditerranéenne autrement que dans des discours. Nulle part ailleurs, en effet, dans le Midi français, l'horticulture ne peut rencontrer des conditions de température et d'ensoleillement identiques.

Dans quelques décennies les fleurs constitueront toujours, si leur culture est maintenue, une publicité très appréciable pour la Côte d'Azur. Une grande partie du renom et du prestige touristique lui vient en effet de ces messagers qu'elle expédie en France et à l'étranger. *Elle dit avec des fleurs* qu'elle est une région privilégiée. Les reportages en Eurovision font admirer ses batailles de fleurs au cœur de l'hiver. Il serait bon que la plupart des responsables, dans tous les domaines de la profession et des Pouvoirs Publics, ne l'oublient pas, faute de quoi l'horticulture azuréenne sera bientôt le plus bel exemple d'une horticulture de banlieue fournissant au million d'habitants des cités azuréennes les produits ornementaux. Son seul élément de survie demeure dans le renom de sa production faite de bonne qualité. Le jour où la Côte produira trop cher, les commerçants porteront leurs commandes dans les autres régions de production françaises et européennes. L'évolution du commerce parisien en est la préfiguration. Pour l'instant, la Côte d'Azur demeure, en valeur, la deuxière région floricole du monde, derrière la Ligurie mais précède, de très peu, le polder d'Aalsmeer.

---

(32) ARNAUD : *La situation des cultures florales dans les Alpes-Maritimes.* B.T.I. 133, 1958.

CHAPITRE II

LES AUTRES FLORICULTURES DE SOLEIL

A. La Floriculture italienne

On a l'habitude de considérer que la côte ligure représente l'essentiel de la production florale nationale. Cette situation fut longtemps réalisée. Aujourd'hui la floriculture se diversifie et se répand en fonction de la vocation traditionnelle des agriculteurs italiens. Tandis que la Ligurie poursuit une expansion régulière, la Toscane développe rapidement ses surfaces et des centres nouveaux se créent dans la péninsule, dans les îles, et, ce qui est plus original, dans le Nord.

La valeur de la production florale commercialisée pendant la campagne 1965/66 a été estimée par l'ISTAT à 82,2 milliards de lires soit 658 millions de francs. En augmentation de 4,3 % par rapport à la campagne précédente la valeur de la production italienne a atteint celle de la production néerlandaise (33). L'Italie est devenue le premier exportateur méditerranéen et le deuxième mondial derrière les Pays-Bas et fournit le tiers des fleurs de la C.E.E. Il n'est pas de province qui ne participe à la production de fleurs ou de plantes ornementales.

La culture florale a débuté en Italie dans la première moitié du dix-neuvième siècle dans la région niçoise, alors piémontaise ; elle s'est étendue ensuite, après 1863, vers Ospedaletti et San Remo avec des cultures de violettes et de roses ; en 1892 le géranium est la principale culture d'Ospedaletti. Puis dans les vingt premières années de ce siècle la culture gagne toute la côte ligure à l'intérieur de l'isotherme 9° (34) ; la Toscane connaît en même temps l'essor de sa floriculture mais dans des proportions beaucoup plus modestes. Par la suite la production s'intensifie et atteint des valeurs considérables ; en 1950, 19 milliards de lires ; en 1963, 56 milliards ; en 1964, 73 milliards de lires sont atteints. Les fleurs coupées représentent l'essentiel de la valeur commercialisée (64 milliards).

La production se répartit à l'heure actuelle en quatre ensembles régionaux et non plus comme jadis en deux (Ligurie et Toscane). En effet les cultures péri-urbaines, celles de la plaine du Pô et du Latium en particulier, l'installation dans le Sud et dans les îles de centres dispersés modifient aujourd'hui la carte horticole de l'Italie (voir figure 11). La répartition de la valeur de la production montre que la Ligurie fournit encore 75 % du total. Le Sud et les Iles par suite d'une mise en valeur récente ont un taux d'accroissement beaucoup plus rapide que les anciennes régions, ce qui est normal.

---

(33) Il est difficile de comparer la valeur des deux productions. Tandis que l'Italie fournit essentiellement des fleurs coupées, la part des bulbes est prépondérante aux Pays-Bas.

(34) Vicende ed aspetti economici della Floricoltura Tirrenica. Istituto di Economia e Politica agraria dell'Università. Pisa (ed. Livorno, 1962).

LES CENTRES
FLORICOLES ITALIENS
TURIN
MILAN
GÊNES
RAVENNE
SAN REMO
VINTIMILLE
PESCIA
PISTOIA
VIAREGGIO
FLORENCE
SANTA MARINELLA
ROME
TERRACINA
PORTO-TORRES
SASSARI
ALGHERO
NAPLES
TORRE ANNUNZIATA
SALERNE
BARI
TARENTE
MATERA
GALLIPOLI
ORISTANO
CAMPIDANO
CAGLIARI
COSENZA
CANTANZARO
PALERME
MESSINE
TRAPANI
REGGIO
CATANE
SYRACUSE

Figure 11

En 1961-62 la valeur de la production commercialisée de fleurs coupées et de plantes a marqué la primauté absolue de la Ligurie, avec 39.810.280.000 lires, sur un total pour l'Italie de 47 milliards de lires. Suivaient, de très loin, la Toscane (3 milliards), le Latium (1,7), la Campanie (574 millions), la Lombardie (401). En 1962-63 la Ligurie était toujours en tête avec une valeur en fleurs et plantes de 40 milliards de lires. La valeur de la production vendue de plantes ornementales assurait aussi la première place à la région ligurienne, avec deux milliards de lires sur un total pour l'Italie de quatre milliards. Le Latium, la Toscane, le Piémont, la Lombardie n'avaient qu'une production secondaire.

Valeur de la production en 1963-1964

Nord	52.118	millions	dont Imperia	47.694	millions
			Savone	892	»
			Gênes	1.899	»
Centre	9.267	»	dont Toscane	4.920	»
			Latium	4.256	»
Sud	1.516	»	dont Campanie	905	»
			Pouilles	405	»
Iles	1.167	»	dont Sicile	623	»
			Sardaigne	544	»
Total général ..	64.068	»			

Evaluation des surfaces (35)

Régions	Cultures florales spécialisées (1962-63)		Cultures non spécialisées (1962-63)	
	Superficie en ha	en % du total	Superficie en ha	en % du total
Ligurie	4.126	49,0	967	33,0
Piémont	654	7,7	83	3,0
Emilie-Romagne	147	1,7	131	4,4
Lombardie	142	1,6	47	1,6
Vénétie	218	2,5	57	1,9
Frioul - Vénétie - Julienne	56	0,7	14	0,5
(Italie du Nord)	(5.343)	(63,2)	(1.299)	(44,4)
Latium	1.034	12,2	394	13,5
Toscane	833	10,0	154	5,3
Sicile	334	4,0	825	28,2
Campanie	385	4,5	115	4,0
Calabre	271	3,2	55	1,9
Pouilles	93	1,1	62	2,1
Ombrie	47	0,6	3	0,1
Sardaigne	53	0,7	9	0,3
Abruzzes-Molise	16	0,2	6	0,2
Marches	26	0,3	3	0,1
(Italie-Centre-Sud)	(3.106)	(36,8)	(1.626)	(55,6)
Total ITALIE	8.449	100,0	2.925	100,0

(35) Source : données I.S.T.A.T., publiées par le C.N.C.E. : *La production et la commercialisation des fleurs coupées en Italie*, 223 p., 1965.

Les cultures spécialisées progressent aux dépens des *cultures mixtes* (36) et les progrès des surfaces sous abri traduisent une intensification des cultures.

	Cultures spécialisées	Cultures mixtes
1959-60	5.439 ha dont 424 ha sous abri	1.994 ha
1963-64	6.051 ha dont 820 ha sous abri	1.427 ha

Répartition des cultures en 1964 (en hectares)

	Bulbes	Fleurs coupées	Plantes ornementales	Plantes à parfum	Total
	350	6.051	944	1.175	8.520
Dont sous verre ..	2	820	200	—	1.022
Mixtes	2	1.427	496	951	2.876

Les cultures sous verre sont surtout développées dans le Nord (87 %) ; 645 hectares soit 79 % du total sont situés dans la seule province d'Imperia. L'originalité, en ce domaine particulier des techniques de culture, provient du choix de la couverture des serres. Le verre, trop cher pour les budgets des petits producteurs, est remplacé par le film de matière plastique (polyéthylène et polyvinyl). Cent hectares sont ainsi couverts en matière plastique ; mais la durée de telles serres n'excède pas trois années tandis que le verre peut être amorti en dix ou quinze ans et peut durer plus longtemps encore.

I. La Riviera des Fleurs

Avec la Côte d'Azur, la Ligurie représente une des premières régions floricoles du monde. Sa puissance est telle, la variété des productions est si grande, que beaucoup de fleuristes importateurs en Europe s'adressent directement à ses marchés pour s'approvisionner. On rencontre les fleurs italiennes sur tous les grands marchés de consommation d'Europe, beaucoup plus souvent que les fleurs françaises qui, on le sait, sont surtout destinées au marché intérieur. Comme en France voisine, le milieu de culture est constitué par les pentes, ici de l'Apennin, et les petites plaines côtières. Comme en France, les mêmes difficultés de cohabitation se rencontrent à cause de la croissance urbaine (37).

La Ligurie, avec les quatre provinces d'Imperia, Savone, Gênes et La Spezia, possède le plus grand nombre de floriculteurs du monde. En effet les quatre provinces ligures groupent près de dix mille exploitations floricoles couvrant 4.126 hectares soit 77,2 % des cultures florales italiennes auxquels s'ajoutent 967 hectares en cultures non spécialisées alternant avec des productions non horticoles. La Riviera du Levant n'a pas d'importance, le relief éliminant les possibilités de culture.

Province d'Imperia (38) ...	3.500 hectares ; 8.600 exploitations
Savone	74 hectares (1963-64)
Gênes	150 hectares

(36) C'est ainsi que les statistiques italiennes désignent les cultures dérobées et les cultures florales en alternance avec d'autres cultures. Cette notion varie d'ailleurs dans son acception, selon les provinces.

(37) L'essentiel des aspects de la production et du *la Floricoltura,* congrès organisé à Bordighera en dans les *Atti del Convegno sui problemi del*mperia.
janvier 1964 par la Chambre de Commerce d'Icommerce des fleurs en Riviera du Ponant est exposé

(38) Source : les chiffres italiens sont le plus souvent des *réévaluations administratives* de chiffres anciens.

Figure 12 :

LA FLORICULTURE LIGURE

1. Localisation des cultures

Prolongement de la Côte d'Azur, ayant pris son relais sur les marchés internationaux, profitant d'un climat à peu près identique, la Ligurie, de la frontière française à La Spezia, étend sur plus de deux cents kilomètres son chapelet de régions floricoles. La province d'Imperia, sur les cinquante kilomètres de Vintimille au Capo Mele est le centre principal.

Les caprices du relief, les nombreuses pentes offrant des expositions variées, expliquent la localisation des cultures. Point de culture continue comme aux Pays-Bas, ou même à Antibes, mais une dispersion et un émiettement dus à la faible ampleur de la zone cultivée à l'intérieur des terres, large de quelques centaines de mètres. Parfois au contraire, en liaison avec le débouché de torrents les cultures florales s'étalent sur plusieurs kilomètres (voir figure 12 et photos 9 et 10). Les oasis de cultures florales sont fréquentes sur les collines de l'arrière-pays. Sur le versant maritime et dans les vallées littorales, les fleurs occupent les terrains compris dans la zone située entre deux cents mètres d'altitude et la mer ; certaines cultures s'élèvent jusqu'à trois cents mètres et parfois un peu davantage dans les cas exceptionnels de bonne exposition.

La masse principale s'étend en Ligurie de la région de Riva-Santo-Stefano, à l'Est, à Bordighera, à l'Ouest, en une bande à peu près continue poussant dans l'intérieur des saillies comme à Bordighera et à Taggia. Là, sont situés les grands centres de la floriculture italienne : Bordighera, San Remo, Ospedaletti, Vintimille Coldirodi, Taggia, Riva-Ligure, Imperia. Vers la frontière française la dernière zone importante correspond au torrent Latte et va de Vintimille au Capo Mortola. A partir de Riva-Santo-Stefano vers l'Est, le long de la Via Aurelia, la diminution des cultures florales est sensible. La vallée du torrent Impero qui débouche à Imperia, ouverte au nord, en permettant ainsi à l'air montagnard d'atteindre le littoral, exclut pour quelques kilomètres toute possibilité de culture florale. De Diano Marina à Cervo, et jusqu'au Capo Mele des blocs de cultures éparpillés témoignent de quelques progrès vers l'Est. Les conditions climatiques deviennent alors difficiles en direction de Savone et de Gênes, les terrains souffrent de mauvaises expositions, les vallées s'ouvrent au vent du nord, la large vallée du Centa, qui a remblayé la plaine d'Albenga, est trop fraîche l'hiver. Avec la province d'Imperia se termine bien la grande région floricole.

2. La plus grande superficie floricole du monde

La superficie consacrée aux cultures ornementales est estimée à 4.500 hectares (4.126 ha en 1963). La superficie effectivement cultivée chaque année, mises à part les zones improductives ou laissées en jachère, est en réalité de 3.800 hectares. Il y a une quarantaine d'années, Ruati calculait (39) que 2.200 hectares seulement étaient cultivés. Toutefois dans ce chiffre il n'indique pas si l'on tient compte ou non des zones improductives comme maisons, chemins, terres en jachère (ce qui est fort probable). Ainsi le progrès des surfaces cultivées aurait été de 75 %, mais cette progression s'est surtout effectuée dans les dix dernières années :

Années	1914	1921	1929	1939	1951	1963
Superficies en hectares	800	1.600	2.000	2.950	2.218	4.126

(39) Ruati, in Vicende ed aspetti, *op. cit.*

9. SAN REMO, CAPITALE DE LA FLORICULTURE ITALIENNE

La raideur des pentes rejette les citadins et les floriculteurs dans un long liseret côtier. Les horticulteurs travaillent en plein air et accumulent dans de vastes réservoirs l'eau nécessaire aux cultures

La superficie exclusivement floricole était de 2.218 hectares en 1951 (estimation de la valeur de la production ligure à 17,3 milliards de lires) et de 4.126 hectares en 1963 (valeur 43 milliards de lires soit 344 millions de francs français). La superficie non spécialisée était à la même date de 967 hectares.

Par ailleurs les surfaces sous serre évoluent rapidement de 645 hectares en 1964, elles couvrent 750 hectares en 1965. La province d'Imperia détient la plus forte concentration floricole : 3.300 hectares en plein air, 250 hectares sous serre. San Remo fournit à lui seul 80 % des fleurs italiennes. Toutes les productions s'y trouvent réunies, les fleurs coupées et les plantes ornementales profitant d'une longue expérience de culture de la part des producteurs. Tout en assistant au progrès des surfaces on remarque la part grandissante de l'œillet dans les cultures.

Répartition des cultures en 1929 et 1965 (40)

1929		1965	
œillets	1.800 ha		2.500 (dont 750 sous abri)
roses	700 ha		500
		asparagus	100
		strelitzia	20
autres fleurs	1.500 ha	plantes ornem.	30

Le détail des superficies cultivées est le suivant (1960) (41) :

Espèces	Promiscua hectares	Cultures spécialisées		Total
		Plein air	sous serre	
œillets	1	1.857	112	1.969
roses	6	317	129	452
chrysanthèmes	7	48	—	55
mimosa et genêts	65	46	—	111
divers	25	373	29	427
				3.014

En tête se place l'œillet qui est ici la grande spécialité. On peut faire à son égard les mêmes remarques qu'à propos de la Côte d'Azur : toutes les variétés sont cultivées, mais les obtenteurs ligures ont créé des variétés originales intermédiaires entre l'œillet crevard et l'œillet américain. Les fleurs sont plus petites que celles des œillets niçois, mais elles conviennent parfaitement aux goûts de la clientèle allemande. De très belles variétés rivalisent aussi par leurs coloris et leur grosseur dans les *Mostre* avec les obtentions françaises et néerlandaises. Existe également la même différenciation entre les producteurs. Ceux des petites plaines ou des premières pentes, les mieux logés parce que plus anciennement installés, représentent l'élite des producteurs. D'anciennes familles d'horticulteurs obtiennent le plus souvent des fleurs de très belle qualité. Plus haut sur les pentes on rencontre les derniers venus à la culture, les gens descendus de la montagne apennine ou immigrés du Sud qui, dans des conditions difficiles, avec des moyens financiers et techniques réduits,

(40) Sources : 1929. Ruati, repris par « Vicende ed aspetti »... *op. cit.*
1965. C.N.C.E., La production et la commercialisation des fleurs en Italie.

(41) C.N.C.E., Bull. F.F. repris par F.H. 4, 1966.

s'efforcent, avec moins de réussite, de produire de belles fleurs. Les immigrés du Nord sont facilement assimilés, mais ceux du Sud, qui ont des coutumes différentes, finissent par former des communautés isolées. Les immigrants sont mal logés ; on cite les cas de cinq personnes dans une étable (42) ; *des braccianti* en location dans des caves, entassés dans des grottes ou des maisons tombées en ruine.

L'œillet américain connaît de timides débuts : à Albenga, trois hectares de serres autrefois cultivées en tomates lui sont consacrés. Les roses viennent ensuite. Ce sont des variétés locales ou des variétés étrangères, françaises et allemandes. Cultivées sous abri ou en plein air, plus rarement sous des serres modernes, les roses ligures, en dehors de quelques variétés d'exportation, sont rustiques mais de très bonne conservation.

On ne peut alourdir l'énumération ; il faut tout de même citer les principales cultures, orgueil de la Ligurie (42 *bis*). Les *strelitzias* ont été cultivés en grandes exploitations plus tôt qu'en France, leurs blocs de serres apparaissent au voyageur français dès Latte de Vintimille. Les gros *chrysanthèmes* sont une spécialité de la région et le marché de San Remo, en octobre, déborde sous l'afflux de ces fleurs (v. photo 2e partie). La cohorte des fleurs coupées de diverses origines vient ensuite : *gypsophile, muguet, orchidées, dahlias, gerbera, poinsettia, jacinthes, tulipes, anémones, narcisses, freesias, renoncules, tubéreuses, arums, iris, glaïeuls, lis, camélias, gardénias.* Sur une cinquantaine d'hectares, les *plantes en pots* constituent une autre spécialité. Les Italiens ont une excellente renommée pour beaucoup de ces plantes et les vendent loin à l'étranger. Les *crotons* par exemple sont très connus ainsi que les *anthuriums* sous leurs diverses formes, les *sansévérias*, tous les *ficus*, les *néphrolepis, dracaena, cocos, kentias, philodendrons, cyclamens et bégonias. Plantes grasses* et *cactées* sont également cultivées. Les *feuillages d'ornement* trouvent encore un débouché et sont parfois un monopole (près de 90 hectares leur sont consacrés). Si l'*asparagus* sous ses deux formes *plumosus et springeri* est produit massivement, les *palmes d'ornement* (phœnix et oycas) sont l'apanage de quelques horticulteurs installés à l'intérieur de la bande côtière. Exportées dans toute l'Europe pour les arrangements floraux et les couronnes, les palmes sont d'un rapport intéressant. Quelques terrains, enfin, vers Savone, se prêtent bien à une culture du *mimosa* qui ne revêt pas toutefois l'ampleur de celle du massif du Tanneron (115 hectares). En ajoutant quelques petites spécialités locales comme les célèbres *violettes* de Villanova d'Albenga, on étale l'éventail le plus complet de toutes les régions horticoles, seule la Côte d'Azur pouvant, à la rigueur, lui être comparée. Seules les cultures qui nécessitent un terrain complètement dépourvu de calcaire ne s'y trouvent pas : hortensias et azalées. Si les productions sont les mêmes qu'en France voisine, dans une certaine mesure la structure des exploitations est identique, par contre les débouchés des produits de cette floriculture sont totalement différents.

3. La structure agraire

En règle générale le fractionnement du territoire en petites propriétés se trouve vérifié. La topographie ne se prête d'ailleurs pas à la constitution de grands ensembles de culture ; en outre le travail demandé par la floriculture est trop intense (2.100 journées d'ouvrier par an sur un hectare de culture d'œillets) pour permettre de couvrir de grandes surfaces. Les familles d'exploitants se contentent donc de cultiver de petites superficies. Dans la province d'Imperia, le recensement général de l'agriculture de 1961 révèle un morcellement en petites

---

(42) Cani Y. : *La floriculture san rémoise.* D.E.S., Nice, 1965.

(42 *bis*) Puccini : *La coltivazioni industriale delle piante da fiore reciso.* Cosenza, 1960.

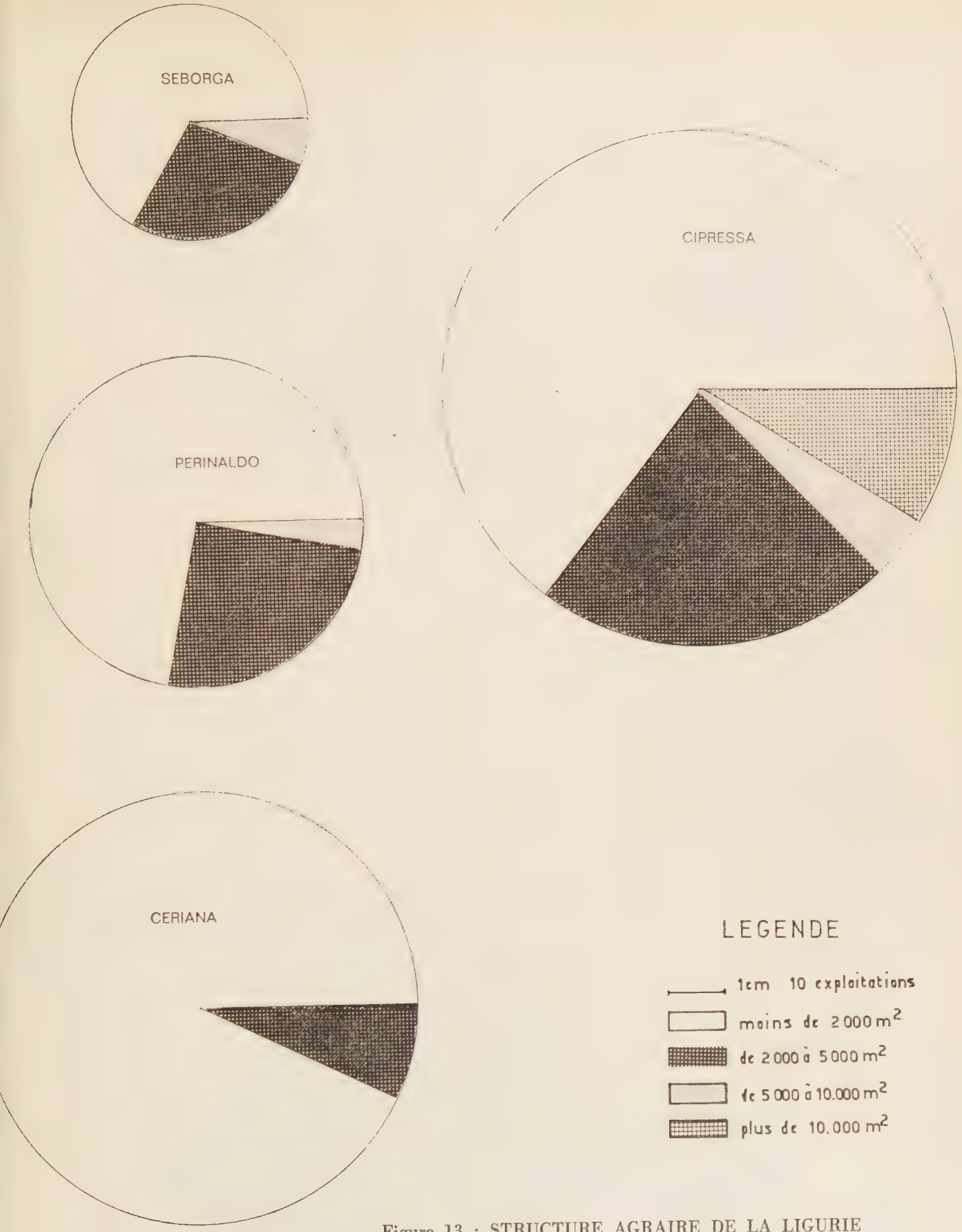


Figure 13 : STRUCTURE AGRAIRE DE LA LIGURIE
Répartition des exploitations par surfaces.

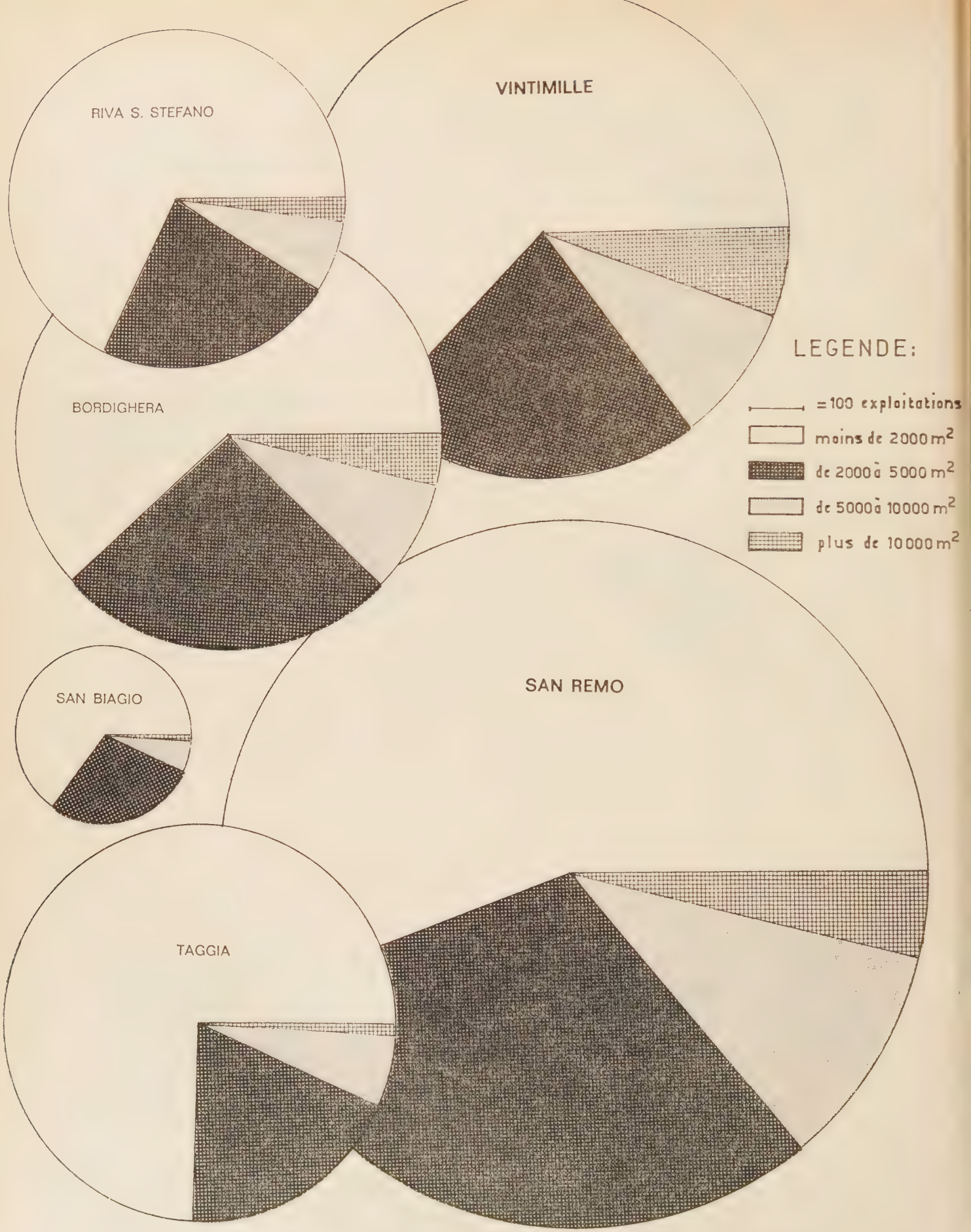


Figure 14 : STRUCTURE AGRAIRE DE LA LIGURIE
Répartition des exploitations par surfaces.

exploitations (mais dans les chiffres suivants sont comprises les régions montagneuses non floricoles où les microfundia sont encore plus nombreux).

Structure foncière des exploitations				
	Nombre	%	Superficie totale (ha)	%
moins de 0,5 ha	6.837	36	1.660,84	4
0,5 - 1 ha	3.561	19	2.677,49	7
1 - 2 ha	3.394	18	4.999,61	13
2 - 5 ha	3.546	19	11.293,57	30
plus de 5 ha	1.495	8	17.393,23	46
TOTAL	18.833	100	38.024,74	100

Si l'on considère les seules exploitations floricoles on se rend compte qu'elles n'échappent pas à la règle de la petite propriété, d'après une enquête de 1959 (43).

moins de 0,5 ha	6.280	soit 77,8 %
0,5 - 1,5 ha	1.750	21,6 %
plus de 1,5 ha	35	0,6 %
TOTAL	8.065	100 %

C'est donc sur cinq mille mètres carrés environ que les floriculteurs ligures produisent en règle générale leurs fleurs. Ce chiffre est encore trop élevé et le plus souvent l'exploitation s'étend sur 2.500 à 3.000 mètres carrés, surface qui convient à une famille de dianthiculteurs. La petite propriété est la règle sur la Riviera san remoise, mais son importance numérique relative varie selon la commune considérée. Sur le littoral où la floriculture est née il y a soixante-dix ans la petite et moyenne propriété prennent une grande importance. A San Remo les exploitations de 2.000 à 10.000 mètres carrés représentent 40,46 % du nombre total. Les hauts revenus tirés des cultures florales ont porté leurs fruits et les propriétaires, au fur et à mesure des gains, ont agrandi leurs exploitations. Dans l'arrière-pays immédiat la situation est différente ; la floriculture est récente, pratiquée par des Méridionaux qui restent en partie salariés dans la plaine, possédant de petites propriétés en montagne comme à Ceriana où les exploitations de moins de 2.000 mètres carrés atteignent 92,94 % du total des exploitations floricoles (v. fig. 13-14). A Cervo-San Bartolomeo c'est le contraire : Cervo est un îlot de floriculture dans le domaine de l'olivier : 28,57 % des propriétés dépassent l'hectare (42,86 % ont moins de 2.000 mètres carrés).

La répartition des exploitations (44) entre les différents modes de faire-valoir montre une multitude de petites exploitations à faire-valoir direct, règle classique du monde méditerranéen.

Mode de mise en valeur du sol	Nombre d'exploitations	Superficie (ha)	
		Totale	Moyenne
faire-valoir direct	8.198	10.386,69	1,27
faire-valoir direct et salariés d'appoint	376	3.900,12	10,37
fermage	28	71,18	2,54
autres formes	86	91,45	1,06
TOTAL	8.688	14.449,44	

(43) Vicende, *op. cit.*

(44) Enquête de 1961. Université de Pise.

La raison pour laquelle le nombre de familles exploitant en faire-valoir direct augmente, on la trouve dans la possibilité de surtravail de tous les membres de la famille, y compris les femmes et les enfants. Le travailleur fait souvent le double d'heures de travail dans une journée par rapport à un ouvrier salarié. Ici, la main-d'œuvre est la plus chère de toute l'Italie, le salaire journalier varie entre 3.500 et 4.000 lires pour un homme contre 2.500 à 3.000 pour une ouvrière.

Le grand développement de la culture est en grande partie le résultat de cette multiplication du travail. Le cas reste particulier à la floriculture : c'est un secteur agricole exceptionnel où celui qui se donne à fond obtient un résultat intéressant, constatation plus difficilement vérifiée pour le reste des autres secteurs agricoles. A certaines périodes, le travail féminin l'emporte sur le travail masculin ; mais la main-d'œuvre féminine est de plus en plus difficile à trouver en raison de la concurrence de l'hôtellerie.

Sur les 8.600 exploitations de la zone littorale examinées plus haut, à part quelques centaines qui cultivent des produits maraîchers dans des plainettes humides ou facilement irrigables, la plupart sont, pour l'essentiel, floricoles. Les fermiers et les métayers ont souvent tendance à pratiquer les deux branches de l'horticulture, mettant l'accent sur les légumes et fournissant dans leur cycle de production en cours d'année une ou deux variétés de fleurs (chrysanthèmes en particulier). Les alternances œillet-laitue, œillet-artichaut et plus rarement œillet-bulbes se rencontrent en effet.

4. L'origine du peuplement horticole

Entre 1901 et 1951 la population a baissé de 33 % dans le bassin de la Centa, de 50 % dans ceux de la Nervia et de la Roya. L'immigration méridionale a en réalité fourni l'essentiel : 4.962 immigrants de la province de Reggio Calabria (44,5 % des émigrés du Sud). Les deux points d'attraction sont la zone de Ventimiglia Camporosso (floriculture activité prédominante) et région de San Remo, Taggia-Ospedaletti où le tourisme et l'industrie du bâtiment concurrencent les cultures florales. Bordighera comprend 82,20 % de Calabrais sur le total des Méridionaux. Dans les communes de Santo Stefano et Riva Ligure le faire-valoir direct n'est que peu représenté. Cette zone, où les immigrants sont surtout abruzzais, se caractérise par la prépondérance des contrats de métayage (ils n'achètent pas de terre en Ligurie comptant retourner dans leur province). Autour de Taggia la plupart des Méridionaux sont des *braccianti* (antagonisme vif entre Calabrais et Liguriens). De Bordighera à la frontière, avec le prix inférieur des terres et la dominante calabraise, c'est le faire-valoir direct qui prédomine. « Si celui qui vend descend, celui qui achète monte. »

Plusieurs types d'exploitations sont à distinguer : les plus anciennes sur les pentes inférieures accumulent des capitaux depuis plus longtemps et font figure de belles exploitations. Le matériel est plus complet, les serres ne sont pas de simples abris en feuillage ou en matière plastique, les fleurs sont plus belles parce que mieux soignées (apports massifs de fertilisants et de traitements antiparasitaires). On rencontre parmi elles quelques dizaines d'exploitations de deux à cinq hectares, qui figurent parmi les plus importantes productrices d'œillets et de roses. Moins favorisées sur les hautes pentes où la floriculture parvient, au-dessus de San Remo, jusqu'à quatre cents mètres d'altitude dans les lieux bien exposés, les exploitations plus petites ont moins de possibilités d'autofinancement. L'eau y est plus rare et plus chère, le terrain est sans cesse à surveiller. La construction ou réparation des terrasses de cultures est une occupation importante ; aussi les œillets les plus rustiques prédominent et

parfois on rencontre des cultures de bulbes qui ne réclament pas trop d'eau ou de soins à certains moments. Entre les exploitations favorisées, situées à proximité du littoral, et les récentes propriétés installées sur les collines, il existe toute une série de types intermédiaires. Toutefois on se rendra compte des variations de l'ampleur des bénéfices en examinant les montants de certaines dépenses puis la rentabilité de certaines exploitations.

Le cas de l'eau d'irrigation montre les modifications d'un seul des composants de la rentabilité. En Ligurie en effet les eaux disponibles sont aujourd'hui totalement utilisées, et la structure géologique ne permet pas d'espérer sous peu la découverte de nouvelles nappes. On pourrait à la rigueur utiliser les eaux de la Roya et du haut Tanaro pour irriguer la côte de Vintimille à Albenga. Pour l'instant l'aqueduc de San Remo ouvert en 1910 fournit de l'eau grâce à six puits artésiens creusés dans le lit du fleuve à Arma di Taggia. Le débit de 250 litres par seconde n'est que faiblement utilisé par l'agriculture (tout au plus 3.000 mètres cubes par jour sur les 25.000 lui sont-ils attribués). L'eau ne s'élève pas à plus d'une centaine de mètres malgré trois stations de pompage et la zone irriguée va de Taggia à Ospedaletti, soit 2.000 hectares environ. Trois autres aqueducs desservent les autres localités mais, plus petits, ils sont insuffisants. Le besoin en eau des cultures florales est de l'ordre de dix à vingt mètres cubes par jour et par hectare, ce qui équivaut à une consommation annuelle, suivant les cultures florales, de 4.000 à 9.000 mètres cubes/hectare. L'œillet est la fleur la plus exigeante et demande jusqu'à trente mètres cubes tous les deux jours en été et tous les dix jours en hiver. L'approvisionnement auprès de l'aqueduc de San Remo se fait dans des conditions les plus diverses : les usagers en possession de vieux contrats de fourniture paient des tarifs annuels modestes (6.000 lires/mètre cube/jour), mais les fournitures hors contrat arrivent à être dix fois plus élevées. Le droit de prendre de l'eau dans l'aqueduc est payé jusqu'à 300.000 lires pour un mètre cube. Ainsi le prix effectif de l'irrigation varie entre des prix très divers, un hectare de culture florale peut coûter annuellement en irrigation moins de cent mille lires ou plus d'un million ! Les anciens floriculteurs sont donc très avantagés. Pour la plupart des horticulteurs la solution consiste à conserver les eaux de pluie dans des réservoirs, mais l'on sait qu'au moment des fortes utilisations d'eau en été, les précipitations sont les plus réduites de l'année. On peut donc avancer que la question de l'irrigation est un point capital de l'horticulture ligure actuelle : *c'est un facteur limitatif de l'expansion de la floriculture.*

Les autres investissements varient également dans de fortes proportions. Dans un terrain rocheux par exemple, le seul coût du terrassement, dans des conditions de difficulté moyenne, pour la construction des murettes de soutènement atteint de vingt à vingt-cinq millions de lires par hectare. Le terrain inculte revient au moins à cinq millions de lires à l'hectare ; le prix de l'irrigation est aussi élevé On comprend les difficultés rencontrées par les nouveaux venus ; *l'essor de la floriculture est désormais entre les mains des paysans en place.* Le réseau des routes et des chemins dont l'extension pourrait peut-être faciliter de nouvelles installations n'est que très lentement amélioré. Tout le trafic routier passe par la Via Aurelia et le prolongement de l'autoroute Gênes-Savone vers Menton, en cours de réalisation, est attendu avec impatience. Beaucoup de parcelles situées dans des pentes trop raides sont interdites aux véhicules, et le mulet, exceptionnellement le motofourgon, vient à l'aide des horticulteurs. Les couvertures sont partagées entre les serres mobiles, rudimentaires (en bois, ou roseaux, avec toit de verre ou de matière plastique) et les serres employées pour la culture hivernale des roses ou des fleurs de qualité dont le prix s'élève alors à plus de 10.000 lires au mètre carré quand les premières ne coûtent que 2.000 à 2.500 lires. La législation favorise par des dégrèvements d'impôts la construction des serres et des abris. La faible motorisation est enfin une des dernières caractéristiques de ces exploitations ligures : 400 motoculteurs pour 8.000 entreprises horticoles. Le travail de la terre est encore en grande partie manuel, alors qu'il est plus motorisé sur la Côte d'Azur.

L'olivier a reculé à partir du rivage et s'est stabilisé vers 400 mètres ; mais il est

certain que si l'approvisionnement en eau en été était supérieur on aurait une expansion plus marquée de la floriculture. Les propriétaires d'oliviers fournissent une main-d'œuvre complémentaire sur les exploitations florales. La floriculture justifie la mise en valeur de tous les terrains même s'ils ne sont pas favorisés. Un hectare d'oliviers rapporte 3.900 francs par an, un hectare d'œillets 14.600 avec le même nombre d'heures de travail (45).

L'arrivée des Méridionaux a accentué la hausse des prix, l'hectare vaut toujours plus de cinq millions de lires ; mais il faut de 20 à 25 millions et parfois bien davantage pour équiper le terrain. La Ligurie a le grand avantage sur la Côte d'Azur d'être moins urbanisée. De nombreuses bourgades s'égrènent le long du littoral, mais la forte urbanisation ne commence qu'à Savone quand les conditions naturelles se dégradent.

5. La rentabilité des exploitations

La rentabilité des exploitations varie dans d'énormes proportions, en fonction des possibilités d'irrigation, de viabilité, de construction d'abris et de serres. Ces données générales étant précisées, on peut, en comparant quelques revenus d'entreprises, se faire une idée de l'extrême diversité des rendements floricoles. Cette comparaison est réalisée à l'aide d'enquêtes de l'Université de Pise (46), et contenue dans le tableau ci-contre.

Les cinq exploitations représentent chacune des types très répandus. L'exploitation A est caractéristique des conditions rencontrées par les nouveaux floriculteurs. Leur localisation est souvent médiocre, et suivant les fluctuations du marché elles sont, ou ne sont pas, rentables. Les exemples B, D et E offrent des cultures variées mais obtiennent des résultats identiques à la plupart des entreprises dianthicoles avec cultures florales de complément (bulbes, asparagus). L'exploitation C est caractéristique des transformations horticoles méditerranéennes. La production intensive sous serre est beaucoup plus stable, moins aléatoire, que celle des cas examinés précédemment. Le revenu de 4,3 millions de lires pour mille mètres carrés est brillant mais n'a rien d'exceptionnel, tandis que pour les exemples B, D et E il est sujet à des variations annuelles parfois importantes. L'incidence fiscale sur toutes ces exploitations est toujours très modeste. Les impôts payés varient de 6.000 lires (A) à 26.000 lires (C) par mille mètres carrés, ce qui est, somme toute, faible.

Les producteurs directs comme les métayers obtiennent sur certaines exploitations d'excellents revenus, mais au prix d'un travail énorme : journée débutant à 4 heures du matin par le transport de la récolte au marché, travail toute la journée sur le terrain, conditionnement des fleurs une partie de la nuit. Suivant la nature de l'exploitation à mettre en valeur, ils obtiennent des avantages financiers inégaux, d'après l'enquête présentée au congrès de Bordighera 1964.

---

(45) Réf. Université de Pise.

(46) Pise : « Vicende ed aspetti », *op. cit.*

Nature de l'exploitation	Localisation	Origine	Surface totale en mètres carrés	dont :	Montant de la vente des fleurs	Frais (toutes dépenses, y compris impôts)	Revenu net	Revenu pour 1.000 m²
A Faire-valoir direct	Colline de Vintimille	Immigré calabrais 4 personnes	3.200	1.300 m² œillets 1.300 m² bulbes (anémones et renoncules) 600 m² en repos	2.800.000 lires	960.00 lires	1.840.000 lires	575.00 lires
B Faire-valoir direct	Colline de Bordighera	Métayer floriculteur pendant 25 ans 3 personnes	9.000	2.000 m² roses 1.100 m² asp. sprin. 1.000 m² asp. plum. 4.900 m² repos	5.400.000 lires	2.130.000 lires	3.270.000 lires	363.000 lires
C Métayage	Colline de San Remo	Trois personnes travaillant une partie d'une grande exploitation	2.800 sous verre	Œillets sous verre	12.134.600 lires	4.206.000 lires	7.928.000 lires dont 40 % au métayer soit 3.738.000 et 4.190.000 au propriétaire	4.330.000 lires (total des 2 parties)
D Faire-valoir direct	Plaine de Taggia	Trois personnes et salariés d'appoint	6.300 (divers abris légers)	2.150 m² œillets 1.000 m² asp plum. 950 m² asp. sprin. 1.360 m² chrys. 850 m² roses	7.858.000 lires	2.432.000 lires	5.426.000 lires	861.000 lires
E Faire-valoir direct	Colline de Riva	Trois personnes et salariés d'appoint	5.400	1.710 asp. plum. 1.490 asp. sprin. 2.200 m² bulbes	7.507.000 lires	2.457.000 lires	5.050.00 lires	918.000 lires

QUELQUES BILANS D'EXPLOITATIONS PRODUCTRICES D'ŒILLETS

DEPENSES ET PASSIF	(*a*) Exploitations mal favorisées par le climat, la situation des terrains, les services et les aménagements.		(*b*) Exploitations favorisées par le climat, la situation des terrains, les aménagements modernes.	
Plants (prix des boutures et variétés) :				
(*a*) Seulement en partie des variétés.				
(*b*) Toutes des variétés estimées.				
(*a*) 200.000 × 9 = lires	1.800.000	13,2		
(*b*) 150.000 × 18 = lires			2.700.000	16,1
Engrais, insecticides, désinfection, eau	2.000.000	14,7	2.300.000	13,7
Ficelle, sable, divers	300.000	2,2	300.000	1,7
Taxes et contributions	200.000	1,4	250.000	1,5
Consommation de plants (petits bâtons, paillassons, serres, machines, etc.)				
(*a*) Paillassons	550.000	4		
(*b*) Verrières			2.000.000	11,8
Main-d'œuvre :				
Journées d'homme :				
(*a*) 1.600 × 3.000				
(*b*) 1.300 × 3.000	8.000.000	59	7.400.000	44,1
Journées de femme :				
(*a*) 1.600 × 2.000				
(*b*) 1.300 × 2.000				
Intérêts sur le capital agraire :				
(*a*) Capital fixe : 5.000.000 à 4 %	200.000	1,4		
(*b*) Capital fixe : 20.000.000 à 4 %			800.000	4,7
Rente foncière ou redevance de location :				
(*a*) 50 lires par mètre carré	500.000	3,6		
(*b*) 100 lires par mètre carré			1.000.000	5,9
TOTAL dépenses et passif	13.550.000		16.750.000	
Revenu :				
(*a*) Plantes : 200.000 × 75 = ...	15.000.000			
(*b*) Plantes : 150.000 × 160 = ...			24.000.000	
Pertes pour des accidents de la nature :				
(*a*) 7 % du produit annuel	1.050.000			
(*b*) 1 % du produit annuel			240.000	
Actif	13.950.000		23.760.000	
Passif	13.550.000		16.750.000	
Bénéfice net	400.000		7.010.000	

RAPPORT DU METAYER :

Apport du métayer et du propriétaire sur la base des données exposées.

	(a)	(b)
Apport du métayer :		
50 % sur les boutures et les variétés.....	900.000	1.350.000
30 % sur les engrais, les insecticides, la ficelle, etc.	600.000	690.000
Participation à la manutention des installations		400.000
Main-d'œuvre	8.000.000	7.400.000
TOTAL	9.500.000	9.940.000
Apport du propriétaire :		
50 % sur les boutures et les variétés.....	900.000	1.350.000
70 % sur les engrais, insecticides, etc.	1.400.000	1.610.000
Sable, eau, divers	300.000	300.000
Taxes et contributions	200.000	250.000
Installations et manutention	550.000	1.600.000
Intérêts sur le capital agraire	200.000	800.000
Rente foncière	500.000	1.000.000
TOTAL	4.050.000	6.910.000
Partie qui revient au propriétaire (50 %)...	6.975.000	11.880.000
Partie qui revient au métayer (50 %)...	6.975.000	11.880.000

Ces bilans, très synthétiques, représentent des moyennes calculées — se rapportant à un hectare — relevées par les organismes syndicaux dans l'examen des comptes de quelques exploitations mises en métayage.

Les revenus relativement élevés qui ont suivi la seconde guerre ont déterminé le développement rapide et désordonné de la floriculture ligure. L'amélioration de la technique dans les cultures permet d'envisager la constitution d'unités de production plus vastes, où l'on emploie de nombreux capitaux dans des plantations nouvelles et des aménagements puissants. Les exploitations qui ont suffisamment de terrains et de forts capitaux à leur disposition peuvent produire à des prix unitaires beaucoup plus bas que les petites exploitations dirigées avec les techniques traditionnelles. Les floriculteurs bien outillés peuvent accumuler année par année de nouveaux capitaux, de sorte que la différence dans le revenu et dans les aménagements des exploitations florales devient de plus en plus grande. Des accidents comme le gel rendent plus apparente et tragique cette situation. Que l'on en juge par l'analyse des conséquences d'un coup de froid.

Imperia, février 1963, *Giornale dell' Agricoltura* 17-2-1963.

L'évaluation des dégâts causés par le froid ou la neige au cours du mois de janvier n'a pas encore été faite pour les différentes cultures ; la province d'Imperia a beaucoup souffert même si quelques localités ont été épargnées ; c'est du 10 au 15 et 23 au 29 janvier que le mauvais temps s'est abattu sur la région ; ce sont les localités situées près de la frontière française qui ont le plus souffert, en particulier Vintimille, Vallecrosia, Dolceacqua, Ospedaletti ; les jardins et les

serres de la Mortola fameuses pour leurs collections de plantes tropicales (strelitzia "Augusta" et "Regina"; orchidées marines) ont particulièrement souffert. Déjà le 16 décembre une bourrasque avait déraciné les arbres, et détruit des serres. Les cultures de plein champ ont encore plus souffert. Toute la vallée de la Roya a subi les effets de la tempête : mais c'est dans la vallée du Nervia que la situation a atteint des proportions désastreuses.

Le ministre de l'Agriculture a été pressenti par le président des exploitants de la vallée. Il faut penser que les oliviers, les fleurs et les cultures maraîchères d'hiver constituent l'unique ressource des petits exploitants. En parcourant le marché aux fleurs de Vintimille on s'aperçoit que roses et œillets sont absents. Les œillets se rencontrent certes, mais ce ne sont pas les variétés à tige longue, orgueil des fleuristes de Ligurie.

Voici un tableau qui résume les dégâts occasionnés dans la seule province d'Imperia.

	En millions de lires
Œillets	
Superficie atteinte 1.800 hectares — 200.000 plantes/hectare total 360.000.000 à 20 lires l'unité	7.200
Roses	
Superficie atteinte 80 hectares — 40.000 plantes/hectare 3.200.000 plantes à fleurs — soit 6.400.000 fleurs à 100 lires	640
Marguerites	
30 hectares — 10.000 plantes/hectare — à 30 lires la fleur	54
Asparagus plumosus	
30 hectares avec 150.000 plantes/hectare — 500.000 plantes à deux branches à 30 lires l'unité	720
Mimosa	
30 hectares 4.000 plantes/hectare — 120.000 plantes soit 120.000 kg à 1.000 lires et 28.000 plantes à 500 lires	134
Cultures florales diverses	
200 hectares à 3.000.000 de plantes/hectare Valeur de la production brute commercialisable	600
Cultures maraîchères, artichauts et cultures diverses	102
Oliviers	
1.000 hectares endommagés et 10.000 arbres perdus	700
Valeur globale des dégâts	10.510

On touche là un des aspects les plus vulnérables de l'horticulture de plein air, déjà dénoncés à propos de la Côte d'Azur.

La pénétration capitaliste dans le secteur floricole se manifeste en Ligurie sous diverses formes, dans l'entreprise agricole, dans le commerce des fleurs, et l'exploitation des droits de monopole des variétés (47). Cette pénétration semble évidente dans l'accaparement des terres les meilleures et dans la direction des exploitations les mieux outillées, et avec des cultures obtenant un prix élevé ; à ces facteurs négatifs il faut ajouter la spéculation du grand monopole sur les engrais, insecticides, machines et outillage qui freine le développement de toute l'agriculture italienne et partiellement de l'horticulture. Les prix de production sont en

(47) La Floriculture industrielle sur la *Riviera dei Fiori*. « Côte d'Azur agricole » 3, 1958.

10. EXPLOITATION A SAN REMO

En premier plan, cultures d'œillets méditerranéens en plein air. Disposition des œillets en vaseaux et tuteurage de roseaux caractéristiques. La réussite financière de l'entreprise a permis la construction d'un bloc de serres.

outre alourdis par le morcellement des domaines, par la façon dont ils sont agencés, par l'insuffisance et le coût élevé de certains services (routes, aqueducs), par le manque de formes d'association qui défendent le cultivateur (48). Autrefois existait seulement l'exploitation paysanne directe. Après la guerre s'est développé le métayage avec l'immigration des Méridionaux, et ont également surgi un certain nombre d'exploitations dirigées sous une forme capitaliste.

Les exploitations de caractère capitaliste, qui utilisent une main-d'œuvre de journaliers, sont peu nombreuses mais ce sont celles qui ont des cultures à haut rendement et les mieux pourvues de plantations et de moyens techniques. Par suite, elles influent sur la valeur de la production globale d'une manière bien supérieure à leur nombre mais cependant elle ne sont jamais assez puissantes pour influencer les prix. Le métayage prédomine au contraire dans les exploitations faiblement pourvues en installations et en moyens techniques avec des cultures où l'importance de la main-d'œuvre est forte. La plus grande partie des métayers est originaire du Midi.

Parmi ceux qui mettent leurs terrains en métayage il y a un nombre réduit d'entrepreneurs nettement capitalistes, de propriétaires de grandes étendues de terrain, tandis que la plus grande partie sont des éléments de la classe moyenne agricole dont un certain nombre continue à cultiver directement une partie de leur propriété. La raison pour laquelle augmentent les familles qui cultivent directement et les métayers qui se consacrent à la culture des fleurs, on la doit à la possibilité de surtravail et du large emploi de tous les membres de la famille, y compris les femmes et les enfants. Le métayer et le cultivateur direct font quelquefois le double d'heures de travail de celles qui sont prévues pour les autres travailleurs. Pendant la journée ils travaillent dans la campagne, le soir ils arrangent les fleurs, et ils se lèvent en pleine nuit pour aller au marché. Les enfants de 12 à 14 ans, surtout dans le cas du métayage, sont employés avec profit aux travaux de la culture. Le grand développement de la floriculture est en grande partie le résultat de cette multiplication du travail. Evidemment il s'agit ici d'un secteur où, jusqu'à aujourd'hui, celui qui se met à fond dans son travail obtient un certain résultat, ce qui n'est pas vrai pour le reste de l'agriculture en général.

6. La floriculture dans la région génoise

A la charnière des deux Rivieras italiennes, on trouve deux provinces, celle de Savone et celle de Gênes, où les tentatives de floriculture sont nombreuses. Ici les horticulteurs sont obligés de pratiquer la culture sous abri ou sous serre ; les plantes en pots sont un secteur essentiel de l'activité horticole.

La province de Savone a une cinquantaine d'hectares de floriculture et deux cents environ de cultures mêlées. A côté des fleurs traditionnelles, œillets, roses, fleurs de bulbes, se trouvent la seule importante plantation de mimosa et des cultures renommées comme les violettes de Villanova d'Albenga qui disputent la meilleure qualité à celles de Taggia ou des châteaux romains.

Dans la banlieue génoise, le travail horticole doit tenir compte d'une faible disponibilité d'espace : les floriculteurs sous une centaine d'hectares abrités par le verre et la matière plastique fournissent des strelitzias, des orchidées, des plantes vertes de haut prix. Sur près de trois cents hectares en plein air, glaïeuls, roses, camélias et gardénias achèvent de donner la richesse aux paysans ligures. Plus rarement les plantes à fleurs alternent avec les légumes

(48) L'individualisme caractéristique de la paysannerie méditerranéenne est aussi flagrant que sur la Côte d'Azur. Toutefois, pendant la période fasciste, les floriculteurs ont dû atteindre certaines normes dans la qualité. Les habitudes prises se sont maintenues.

dans une rotation savante. La situation en Ligurie centrale des petits producteurs de fleurs devient toujours plus difficile. On calcule que pour les exploitations de 2.000 à 6.000 mètres carrés destinées aux cultures florales, il faudra procéder à un regroupement ou à une association des propriétaires. En effet, pour de nombreuses exploitations l'alternative est la suivante : « s'unir pour former un groupement important, ou bien se résigner à vivoter sans aucun espoir d'un avenir meilleur ».

Toutes les exploitations situées à mi-coteau où les cultures sont soutenues par des murettes, nécessitent une main-d'œuvre importante et des frais excessifs. Par ailleurs les façons culturales ne peuvent que difficilement être mécanisées étant donné les nombreux escaliers d'accès. Les transformations envisagées exigent une étroite collaboration des particuliers et de l'Etat, comme cela s'est par exemple produit aux Pays-Pas. Il semble que le problème qui domine toute exploitation agricole soit « celui de la qualité obtenue au plus bas prix possible, afin de sauvegarder les revenus ».

7. La Riviera du Levant

La Riviera du Levant multiplie les obstacles à la floriculture. Le climat n'est plus le même que dans le Ponant. L'hiver connaît des périodes de gel néfastes au développement horticole en plein air. Quelques secteurs favorisés, bien abrités, Nervi, San Ilario, Pegli, Bogliasco, ont été les premiers au début de ce siècle à assister à l'installation des horticulteurs. Bien vite les progrès de la floriculture ont été entravés par ceux de l'urbanisation, le prix des terres a subi d'énormes hausses ; il est aujourd'hui de plusieurs dizaines de milliers de lires au mètre carré et ce *facteur limitatif* a empêché l'arrivée de nouveaux venus. Restait l'installation dans des endroits moins favorables, mal ensoleillés. L'équipement en serres fixes chauffées devenait nécessaire. Dès lors on quitte les avantages des régions floricoles méditerranéennes pour rencontrer l'ambiance économique de la production proche des grandes villes. L'agglomération génoise et sa grande expansion récente ont beaucoup fait pour maintenir la floriculture dans cette région. Les produits sont un peu plus chers mais la régularité de leur vente leur assure un débouché certain à Gênes et dans les grandes métropoles padanes où ils sont transportés comme fret de retour par les camionneurs. Une quinzaine d'exploitations constituent autour de Gênes (à Pegli, Nervi, Pieve, Bogliasco) un îlot de floriculture d'une vingtaine d'hectares. Chiavari est le second centre avec une vingtaine d'hectares autour de Carasco, Rapallo, Santa Margherita, Cavi et Sestri Levante. Le climat est rude, la température est parfois négative en hiver lorsque Nervi connaît de 3° à 5°. Si autour de Gênes on rencontre peu de cultures en plein air, on en trouve davantage dans la région de Chiavari.

L'essentiel des cultures porte sur les plantes en pots ou des fleurs coupées de haute valeur (orchidées). L'œillet ne représente que le cinquième des surfaces. Plantes vertes et fleuries ne connaissent pas les mêmes difficultés de commercialisation ; pour ces producteurs en effet la présence d'un marché aux fleurs n'est pas nécessaire puisque les ventes se font à des fleuristes ou à des horticulteurs demi-grossistes qui reçoivent la marchandise par camions. La présence d'une bonne voie de communication est plus importante qu'un grand marché. Il n'en est pas de même pour les fleurs coupées. Leur vente s'effectue soit au marché de Gênes soit parfois à celui de San Remo. En l'absence d'un marché proche, la longueur de la route et la difficulté des communications sont des entraves à l'expansion floricole de la Riviera du Levant. Le marché de Viareggio est peu fréquenté car il faut d'abord franchir le très difficile et encombré Passo del Braco pour tomber sur le marché pratiquant les cours les plus bas de toute l'Italie (49). Ainsi la province de La Spezia avec dix hectares de cultures fait donc

(49) La réalisation de l'autoroute Gênes-Viareggio ne sera donc pas, comme pour le Ponant, un élément de développement.

piètre figure dans le chapelet horticole qui égrène ses régions de culture de la province d'Imperia à celle de Lucques. La banlieue du grand port militaire hésite entre les débouchés à choisir : Gênes, San Remo, Viareggio, Pescia. Mal située elle aussi, tant que l'autoroute littorale n'est pas terminée, elle ne peut prétendre jouer un rôle notable dans l'horticulture italienne. Plus que les conditions climatiques, les facteurs de localisation sont déterminants et expliquent la rentabilité ou l'échec d'une entreprise horticole.

La Riviera du Levant, beaucoup moins favorisée que les terres du Couchant, n'est pas assurée de connaître un essor florissant comparable à celui de la province d'Imperia. Les conditions naturelles et l'éloignement des marchés de production la vouent, pour l'instant, à un rôle très secondaire en Italie, d'autant plus qu'au sud, la Toscane a une brillante floriculture.

La mise en compétition de la fleur italienne sur le marché ne peut se baser à l'infini sur la résistance aux sacrifices des paysans et sur l'attachement aux cultures. On ne peut pas parler du secteur de la floriculture sans faire une distinction entre le métayer et le propriétaire, entre le gros propriétaire qui est bien équipé, qui a des moyens et qui spécule sur la possession des variétés floricoles, qui produit et en même temps monopolise la production des autres et peut dans de nombreux cas faire la loi sur le marché, et le cultivateur direct qui ne parvient pas à équiper d'une façon moderne son exploitation. Si l'on ne fait pas ce choix, aucun développement harmonieux de la floriculture n'est possible. On continuera à voir quelques exploitations robustes, dans les zones les mieux exposées, pourvues de services et d'équipement modernes, tandis que l'exploitation paysanne aura toujours moins de capacité compétitive.

Le premier problème qui se pose est celui d'abolir l'institution du métayage avec le passage de la terre à la propriété des métayers comme premier pas vers la réforme agraire générale qui consiste dans le passage de la terre à la propriété de celui qui la travaille. En outre, on doit produire en tenant compte des divers facteurs productifs et des exigences du marché de manière à donner une certaine garantie au cultivateur afin que le produit de son travail trouve un placement rémunérateur sur les marchés de consommation.

L'argent de l'Etat employé en faveur de l'agriculture est insuffisant certes, mais ce qui est pire, il est absorbé en grande partie par les exploitants qui en ont le moins besoin ; il est employé d'une manière désorganisée. Le Plan Vert n'a pas eu le résultat escompté. La différence entre la capacité de l'exploitation robuste et celle de l'exploitation familiale s'est accentuée. Il est nécessaire que les exploitations familiales en floriculture s'associent et arrivent à limiter les prix de production, à améliorer la production, et à défendre le revenu de l'exploitation contre les spéculations sur les produits de la culture.

Il manque en ce domaine une aide financière et technique capable de permettre aux floriculteurs de s'adapter aux nouvelles conditions du marché. Il est urgent que les autorités locales organisent le marché des fleurs pour que les producteurs aient à leur disposition le maximum de services compétents.

Figure 15

LA FLORICULTURE TOSCANE

II. - La floriculture toscane

En Toscane, la floriculture est d'installation plus récente qu'en Ligurie, et si elle a revêtu dès le début des caractères originaux, elle n'a pas atteint l'importance de la floriculture ligure. La culture des fleurs est localisée en deux principales régions qui intéressent les provinces de Pistoia et Lucques et marginalement celle de Massa Carrara. Quelques îlots de cultures éparses se rencontrent le long du littoral entre Livourne et Grossetto. La plupart des cultures sont aux mains de métayers qui consacrent le dixième environ de leur terre aux fleurs.

La Ligurie a la première donné le ton de la spécialisation à la fin du dix-neuvième siècle, au moment où elle rivalisait avec la Côte d'Azur, d'abord piémontaise, puis française, pour approvisionner les grands centres urbains et surtout une clientèle locale aristocratique et princière. Aussi ces deux régions ont-elles pris sur leurs concurrentes plus récentes une très forte avance dans le domaine de la technique et de la spécialisation ; en même temps que la plus longue accumulation de bénéfices a permis un autofinancement plus ample qu'ailleurs, en Toscane, en Catalogne par exemple pour ne citer que des régions du littoral méditerranéen. Ce sont donc des conditions particulières de climat, de sols, mais aussi de techniques culturales, donc d'habitudes qui facilitent actuellement l'essor de nouvelles régions, en dehors de toute préoccupation financière.

1. La constitution de la floriculture toscane

Dans le Val d'Arno, de Pistoia à Pescia, dans la seconde moitié du XIX[e] siècle, se sont développées des cultures spéculatives comme les pépinières d'arbres fruitiers et d'ornement dont le débouché s'est d'abord trouvé dans les domaines de la bourgeoisie toscane et cette expansion a été facilitée par des conditions naturelles mais aussi humaines. Toujours en Toscane a existé une tendance à la recherche des cultures spéculatives nouvelles pour les faire alterner avec celles déjà incorporées au système de culture. Vers 1920 la floriculture a commencé à acquérir un caractère intensif ; elle apparut dans le paysage rural et permit à quelques cultivateurs de faire des bénéfices sur les plantes à fleurs jusque-là peu cultivées en Toscane (voir photo 11). Dans les dix années qui suivirent, les cultures s'étendirent, parce que les premiers pionniers avaient compris leur intérêt ; leur réussite fut imitée par de nouveaux propriétaires. C'est vers 1925 que les fleurs sont régulièrement commercialisées et en 1930 les estimations portent à dix hectares la superficie occupée en Toscane par les plantes à fleurs.

L'entre-deux-guerres est la période où les citadins commencent à découvrir la fleur comme élément de décoration des appartements, cela en liaison avec une élévation du niveau de vie. Entre 1930 et 1940 les cultures florales s'accroissent régulièrement de trois à huit hectares par an pour atteindre quarante-cinq hectares en 1939. Dans le même moment les cultures de plantes à fleurs qui intéressaient à l'origine les seules exploitations de pépinières commencent à se répandre dans les exploitations polycultrices de la plaine de l'Arno.

Le cadre naturel de la partie inférieure du Val di Nievole et de ses abords est très original et constitue le centre de la zone floricole. Dans cette petite unité physique, la

floriculture rencontre des conditions différentes de celles offertes par le littoral tyrrhénien. Le Val di Nievole occupe en Toscane une région bordée par l'Apennin de Pistoia (voir fig. 14), les collines de Monte-Carlo et les Cerbaie. Ce cadre orographique entoure de trois côtés une zone plate, longtemps marécageuse, dont l'actuel marais du Fuccecchio est encore le témoin. Du même coup les eaux superficielles descendues des collines par les deux Pescia, Pescia Maggiore à l'est et Pescia di Collodi à l'ouest, rencontrent de grandes difficultés pour pénétrer dans le sol (50). Cela représente à la fois des avantages et des inconvénients. Des possibilités d'irrigation existent toute l'année, facile irrigation par gravité, énorme avantage sur la Ligurie qui manque d'eau en été d'une manière cruciale. Des syndicats régionaux ont pourvu à la canalisation et à la distribution de l'eau en Toscane. Le débit des canaux est parfois insuffisant car les floriculteurs ne sont pas les principaux utilisateurs, les grandes exploitations polycultrices en réclamant beaucoup.

Un deuxième avantage tient au fait que la nappe phréatique, peu profonde, permet l'alimentation de nombreux puits, et l'installation de pompes à moteur pallie la déficience des canaux. Par contre, et l'on doit insister sur le fait, les eaux courantes superficielles présentent pour les floriculteurs deux dangers. Le premier provient de l'origine même des eaux, venues des collines où les sources sont très fraîches, et un bon floriculteur doit savoir éviter à ses plantes le contact d'une eau trop froide qui ralentit ou entrave la floraison. En outre les eaux des deux Pescia servent également à des usages industriels, et les déchets rejetés dans le lit des rivières ne sont guère des éléments favorables à la fertilisation des plantes délicates comme les fleurs.

En définitive, et l'on rencontre ici la grande originalité de la floriculture pesciatine, le *régime des eaux* est tel qu'il *permet* de cultiver des plantes à fleurs pour *une floraison estivale, à l'inverse de la Ligurie,* ce qui constitue un *énorme avantage économique.*

Nombre d'œillets :	Année 1965	258.955.000
	dont juillet	61.900.000
	août	57.800
	septembre	40.300
	octobre	34.750.000

Il faut donc voir dans ce premier avantage climatique un élément de l'originalité de la floriculture toscane ; les autres facteurs climatiques intervenant peu dans la production florale.

Le climat n'est pas comparable à celui de la Ligurie où l'hiver est beaucoup plus doux ; on rencontre en Toscane un hiver parfois rigoureux pour une zone dépendant du climat méditerranéen. Les températures hivernales peuvent descendre au-dessous de 0° centigrade, mais même dans les régions les plus basses de la plaine, en tenant compte du phénomène d'inversion des températures, le froid n'est jamais tel qu'il puisse compromettre les cultures florales. Pour l'instant des abris rudimentaires protègent les plantes, abris en matière végétale (paillassons de roseaux, branches entrelacées) ou en matière plastique. Ces dernières couvertures étant hermétiques provoquent à l'intérieur des condensations sur les plantes ce qui est peu recommandé. Les floriculteurs ne semblent pas s'en soucier, beaucoup considérant seulement la protection contre le froid. D'ailleurs, les brises alternées de montagne et de vallée, en brassant l'air dans des directions opposées empêchent la stagnation des brouillards. La pluviosité est assez élevée (de 1.200 à 1.250 mm annuels), elle est concentrée sur le semestre qui s'étend d'octobre à mars et produit en hiver une humidité relative capable de provoquer le givre, événement catastrophique dans toute autre région où la floriculture serait hivernale. Ici au contraire la production est surtout importante dans le semestre estival.

Les sols enfin, malgré leur variété, sont favorables aux plantes à fleurs. La structure

(50) Puccini : *Possibilita di coltivare nuove specie floricole in relazione alle caratteristiche pedologiche.* « Floricoltura Toscana », n° 10.

principale de la Toscane est formée par l'Apennin, ici composé de schistes, de grès, de calcaires et de marbres, de conglomérats parfois. Leur érosion a constitué dans la plaine une vaste zone d'épandage d'alluvions formant les principaux sols de la Toscane. Les terrains détritiques sont profonds (mais la nappe phréatique est à faible distance de la surface) et légers. Le rapport sable/argile est favorable ainsi que la nature silico-argileuse. Le calcaire manque souvent et cette carence influe surtout sur la dianthiculture qui réclame des fumures abondantes. Les engrais comblent aisément les lacunes.

Pendant la seconde guerre mondiale la floriculture a traversé une très grave crise qui a connu son point culminant en 1944 avec l'abandon ou la destruction complète de toutes les cultures. Cependant avec la reprise progressive de toutes les activités, la floriculture connaît un nouvel essor et en 1948, avec cinquante hectares, elle dépasse sa plus grande extension d'avant la guerre. De 1948 à 1955 l'accroissement continue au rythme d'un gain de dix à quarante hectares par an, ce qui est considérable, compte tenu des superficies de départ. Il a lieu dans les exploitations qui ne s'occupent pas de pépinières et au terme de cette période la superficie atteint 180 hectares. La région de Pescia a ainsi acquis une primauté indubitable dans la production estivale des fleurs en Italie. Ces dernières années les variations dans les investissements floraux, tout en enregistrant une tendance à l'accroissement ont été moins sensibles. La superficie est de l'ordre de 225 hectares.

2. Les pépinières ornementales

La tradition pépiniériste toscane remonte au moins à la Renaissance et a permis la constitution d'une région de production parmi les plus importantes d'Europe. Dans la vallée de l'Arno aux alluvions récentes, fertiles, les pépinières se sont développées depuis plusieurs siècles. La première spécialisation fut celle des plants d'oliviers (51). Progressivement, sous l'impulsion des conditions économiques et sociales locales, les pépinières ont été de plus en plus peuplées d'arbres d'ornement. Il arrive même que les plantations de rosiers l'emportent en surface dans certaines exploitations. Les conditions de sol et de climat (si l'hiver est plus rigoureux que sur la Côte, les vagues de gel sont malgré tout exceptionnelles) favorisent une croissance rapide des végétaux au point que certains grands arbres (cyprès, cèdres), gagnent plusieurs années sur les mêmes espèces obtenues dans la plaine du Pô, dans la vallée de la Loire et en Allemagne. Aussi la région de Pistoia ne craint-elle aucun concurrent puisque les arbres peuvent être vendus partout à des prix compétitifs.

Les pépinières se sont d'abord développées dans la banlieue immédiate de Pistoia. Rapidement, l'augmentation des surfaces (700 ha actuellement) a provoqué une dispersion des parcelles vers le sud, en direction des collines de l'Albano et d'Empoli. Certaines filiales ont même été mises en place à l'embouchure de l'Arno près de Pise. Ainsi telle exploitation (D.M.B.) comprend une quinzaine d'hectares groupés autour de l'entreprise initiale à Pistoia, consacrés à la multiplication de tous les végétaux d'ornement et à l'élevage des plantes grimpantes, des arbustes et des conifères. Un deuxième groupe de parcelles à trois kilomètres (vingt hectares) est réservé au développement des arbres d'ornement, un troisième plus lointain encore (six kilomètres) est spécialisé dans la culture des arbres fruitiers et des rosiers. La maison centrale est réservée à l'emballage des végétaux et à la présentation à la clientèle des principaux produits.

L'entreprise B... S... qui a son siège social à Pistoia a deux filiales, l'une à Saonara près

---

(51) Numéro spécial de *Monti e Boschi* (revue du T.C.I.), n° 8-9, 1961 ; en particulier :
— Mati : *Problemi di attualità del vivaismo.*
— Andreucci : *I vivai nella zona di Pescia.*

de Padoue, l'autre dans la banlieue romaine. Les deux entreprises ajoutent à toute la gamme des végétaux d'ornementation constituée par une longue tradition pépiniériste, la possibilité de réaliser des décorations végétales grâce à des laboratoires groupant des architectes-paysagistes. Certaines entreprises disposent de laboratoires et de serres d'expérimentation et utilisent le concours d'un grand nombre de techniciens et de chercheurs. De telles entreprises sont obligées de posséder un personnel de bureau très important. En dehors des responsables de la production, les relations commerciales — donc le succès de l'entreprise — dépendent d'une organisation perfectionnée. Les filiales de vente, la publicité, la participation aux expositions, les accords commerciaux passés avec des producteurs étrangers, l'édition de catalogues riches en photographies sont autant d'éléments de réussite.

Ainsi les pépiniéristes de Toscane forts d'une recherche constante de la qualité demeurent les principaux producteurs des régions méditerranéennes. Le développement des livraisons d'arbustes et même de gros arbres par camions grâce au développement des autoroutes européennes va permettre aux Toscans de conquérir une place encore plus grande en Europe. Du même coup les trois régions traditionnelles de production, Val de Loire, polder de Boskoop, et Schleswig allemand doivent envisager à brève échéance une adaptation des cultures de pépinières face à la concurrence italienne. Les Allemands et les Néerlandais conserveront l'avantage pour les espèces résineuses ou quelques spécialités comme les lilas. Le Val de Loire devra tenir compte d'une forte concurrence dans la mesure où ses pépinières ne trouvent pas de débouché dans l'urbanisation du bassin parisien.

3. La floriculture pesciatine

On sait que la floriculture pesciatine a tiré son origine de l'activité préexistante des pépinières (52). L'expérience acquise dans les cultures horticoles et les pépinières a été un élément favorable au rapide développement des techniques de la floriculture. Le plus grand nombre des exploitations est situé dans un terroir homogène intéressant la plaine de Pescia à Uzzano, et s'étend à l'est jusqu'aux limites de la commune de Buggiano, au sud jusqu'à Ponte Buggianese et Chiesina Uzzanese et à l'ouest jusqu'aux collines de Monte-Carlo et Altopascio. Les exploitations peuvent se diviser en deux catégories : les pépinières et les domaines polyculteurs.

Le premier type est localisé dans la partie la plus haute des deux Pescia (53), dans la zone des pépinières d'oliviers, là où la floriculture toscane a pris son origine, quelques années en avance sur la Versilia plus à l'ouest, dont on reparlera. Les fleurs sont mêlées aux cultures de pépinières et aux arbres fruitiers ; mais les superficies consacrées à la floriculture ne sont jamais importantes.

Dans la plaine, les fleurs sont cultivées en alternance avec les céréales et les plantes fourragères, et côtoient vigne et arbres fruitiers. Elles occupent proportionnellement des surfaces plus importantes que dans les exploitations du premier type ; elles fournissent ainsi une part importante du revenu annuel. Si en 1930 on ne cultivait qu'une dizaine d'hectares de fleurs, la floriculture s'est étendue depuis une dizaine d'années dans la plaine jusqu'à occuper une superficie évaluée à 270 hectares. L'importance globale de la production s'est élevée en 1966 à deux milliards de lires contre un milliard et demi en 1958.

Pendant la campagne 1965-66 le nombre des producteurs a atteint 1.227 : 672 sont des

---

(52) Lavoratti : *Il ricente sviluppo delle coltivazioni specializzate nella Valle dei Fiori.* Firenze, 1966. (*Istituto Geografico Militare, Rivista UNIVERSO.*)

(53) Andreucc: : *La Floricoltura nella zona di Pescia ; Monti e Boschi,* 2, 1963 et F. P. 3, 1963.

exploitants directs et leur contingent est sans cesse croissant. Les métayers sont de moins en moins nombreux (390) ; 160 autres cultivateurs sont locataires de leurs terres et pratiquent — comme les métayers parfois — d'autres cultures. La commune de Pescia a 697 horticulteurs et reste de très loin la première commune horticole de Toscane, suivie de Chiesina (170), Monte Carlo (59), Ponte Buggianese (59), Cappanori (40), Pistoia (20) et Buggiano (11).

L'œillet a été la première espèce cultivée dans le Pesciatino dans un but spéculatif. Il a permis l'installation du marché aux fleurs de Pescia et a toujours dominé les autres espèces. La production varie de 220 à 240 millions de fleurs en été. On ne peut cependant pas parler d'unité dans la production des œillets. En effet les fleurs ne sont pas homogènes et proviennent des deux principaux types : l'œillet crevard et l'œillet à calice fermé.

En principe les œillets crevards sont des œillets de serre. Les œillets crevards atteignent leurs plus belles qualités sous abri ; sur le littoral méditerranéen on s'est efforcé de produire des œillets américains en plein air. Il semble qu'à l'heure actuelle la Toscane ait réussi dans ces deux entreprises. La variété essentielle pour l'Italie, en Ligurie, en Toscane, dans le Latium, a été l'œillet *Giovinezza* avec ses nombreuses variétés ou mutations en rouge, rose et mélangé, et fut pendant trente ans la seule espèce cultivée. La clientèle, on le sait, se lasse vite d'un type ou d'une couleur d'œillet. Il faût sans cesse lancer sur le marché de nouvelles variétés. Après la guerre apparaissent les *Frambuse* rouges et les *Vanna* blancs et quelques autres de moindre valeur. Aujourd'hui, le marché de Pescia a enregistré des centaines de variétés provenant d'hybridateurs locaux, ou de fournisseurs de boutures Ligures, Français ou Nordiques (Danois et Hollandais).

La technique diffère quelque peu des habitudes ligures. Il s'agit en effet ici d'obtenir une floraison estivale et non hivernale. La mise en terre des boutures se fait en automne au lieu du printemps, avec une densité à l'hectare inférieure à celle de la Ligurie : 140.000 à 150.000 plants contre 200.000. Les tiges sont soutenues par des fils de lin tendus entre des tuteurs de roseaux, originalité de la région car les tuteurs sont habituellement en châtaignier. Avant la plantation on incorpore au sol de grandes quantités de fumier de ferme, cela est d'autant plus facile que l'élevage est important dans la plaine. Des engrais chimiques, élaborés dans les usines de Pescia, sont aussi employés. Pendant la durée de la plantation on pratique une quarantaine de traitements antiparasitaires. L'irrigation a de plus en plus lieu par aspersion, par tuyau oscillant, à raison de trente mètres cubes par hectare et par jour, quantité équivalente à celle de la Ligurie où les apports ont lieu un jour sur deux.

La production florale varie d'une espèce à l'autre : les variétés *Vanna* ont jusqu'à vingt fleurs par pied, d'autres en ont moins de dix, la moyenne s'établissant autour de douze. Le prix est fonction de plusieurs éléments : la loi de l'offre et de la demande joue d'abord, celle des variétés plus ou moins recherchées établit en définitive les prix. La valeur d'un œillet varie ainsi de une à dix lires, ce qui fournit, en appliquant une moyenne de quatre lires par fleur, un revenu total par hectare de six à sept millions de lires pour une exploitation qui a subi de mauvaises conditions de culture et dix millions pour une qui a été favorisée. Si pendant les mois de juillet et août les fleurs se vendent bien parce qu'elles sont belles et n'ont pas de concurrents, à partir du mois de septembre la qualité baisse, les calices éclatent du fait de l'épuisement des plantes au moment précis où le marché européen s'éveille et s'amplifie. Aux approches de la Toussaint quand les prix montent la production pesciatine s'effondre. On souhaiterait un décalage de la production ou un allongement de sa durée. Si les floriculteurs toscans conservent leur pointe de production en été ils perdent le marché de la fin octobre ; s'ils retardent leur production ou s'ils la prolongent pour pouvoir participer aux ventes de la Toussaint si recherchées par les producteurs des rivages méditerranéens, ils doivent équiper leur plantation d'abris en verre ou en matière plastique et accroissent ainsi leurs dépenses d'infrastructure. Pour l'instant cinq hectares seulement sont équipés d'abris pour éviter la détérioration des fleurs par les pluies d'automne.

La culture des œillets qui reste de loin la culture florale la plus importante de la région laisse apparaître des variations mensuelles et saisonnières qui témoignent du renforcement de la tendance vers un étalement de la production sur les quatre saisons : en 1964 par exemple

une certaine diminution des quantités produites a pu être constatée pendant la période de pleine production, et une augmentation au contraire, au moment où la production est faible (54).

L'évolution mensuelle de la production des œillets dans la zone de Pescia au cours des quatre dernières années permet de constater qu'elle a été à peu près constante pendant le trimestre juillet-septembre. Toutefois les disponibilités offertes à ce moment-là sont encore trop importantes par rapport à la demande et cet excédent entraîne une trop grande dépréciation du produit vendu.

L'augmentation de la production a été satisfaisante en hiver et au printemps : de janvier à mai et en décembre 1964 il a été produit 15,4 millions d'œillets contre 7,4 millions pendant la même période en 1963 et 2,4 millions en 1962.

Ces résultats sont dus principalement au développement des superficies couvertes, ainsi qu'il ressort du tableau ci-après :

Développement des cultures couvertes d'*œillets*, dans la zone Pescia
Années 1961-1962 et 1965
(Surfaces en hectares)

	Sous verre	sous plastique	Total
1961	1,9	1,8	3,7
1962	3,3	6,5	9,8
1964	8,6	15,0	23,6
1965	10,7	21,0	31,7 (intéressant 302 exploitations)

Parmi les principales autres fleurs cultivées il faut citer les *chrysanthèmes*, dont le rendement est encore irrégulier, et les glaïeuls dont la production est très importante en juillet, mais diminue en septembre et octobre.

En 1965 la superficie totale (de plein air et protégée) consacrée aux cultures florales dans la zone de Pescia représentait 297 hectares répartis de la manière suivante :

	En ha
Œillets	225
Glaïeuls	27
Lis	8
Chrysanthèmes	8
Gypsophiles	6
Tubéreuses	3
Autres fleurs	20
Total	297

Au cours de 1965, 73 espèces de fleurs et de plantes d'ornement ont été commercialisées

(54) Natali : *Nuovi orientamenti nella coltivazione dei fiori nel Pesciatino.* .. F. P. 12, 1962.

11. FLORICULTURE A PESCIA

Sur les pentes de l'Apennin toscan, la rareté de l'eau interdit la floriculture. En plaine, les œillets sont cultivés dans des exploitations polycultrices.

sur le marché de Pescia ; pour la première fois il s'y est vendu des *muguets, jacinthes, scabieuses, achilles* et des *pavots.*

D'autres cultures viennent procurer aux producteurs des revenus intéressants. En premier lieu les glaïeuls, qui ne peuvent en superficie concurrencer l'œillet, mais dont la floraison d'arrière-saison est de faible valeur. Le *Val di Nievole* a peu de cultures de glaïeuls, mais le marché de Pescia enregistre des apports venus de la vallée de l'Ombrone près de Pistoia et de la Lucchesia (Segromino et Marlia) les terrains convenant mieux. La *Versilia* en fournit aussi des quantités importantes sur le marché de Pescia. Pour obtenir des fleurs entre juin et octobre, il faut mettre les bulbes en terre de janvier à juin. Le glaïeul est suffisamment rustique pour avoir trouvé la faveur des paysans toscans. Le revenu moyen à l'hectare est évalué à cinq millions de lires en moyenne, ce qui donne de moindres bénéfices que l'œillet mais réclame de la part des exploitants moins de travail. Dans le cadre d'une économie salariée, les bénéfices seraient encore plus réduits. Lorsque les conditions naturelles deviennent défavorables à l'œillet on trouve souvent des cultures de gypsophiles, dans le sud de la plaine surtout. Les plantes, fort robustes, restent plusieurs années en terre. Le prix n'est avantageux qu'en réalisant une production précoce ou retardée par rapport au grand moment de production.

Un très grand nombre d'espèces de fleurs, depuis les chrysanthèmes qui de juillet à octobre approvisionnent le marché intérieur jusqu'aux tubéreuses et les lis dont la production est essentielle, en passant par toute une gamme de fleurs souvent intéressantes à la vente, alimentent irrégulièrement le marché de Pescia. Citons les *gerberas,* les *roses,* les *gardénias,* les *dahlias,* les *bouvardias.* Les services agricoles et les services administratifs, comme la direction du marché de Pescia, poussent à la diffusion de ces plantes pour accroître l'importance et la valeur de la floriculture pesciatine. Pour l'instant ces efforts connaissent peu de succès car les polyculteurs toscans ont trop de cordes à leur arc pour se décider à se lancer dans de nouvelles spéculations, à moins d'abandonner d'autres cultures.

Les horticulteurs ont connu la même évolution que dans d'autres régions floricoles méditerranéennes. Dès que les ouvriers agricoles deviennent experts dans l'exécution de toutes les opérations délicates exigées par la floriculture, ils cherchent à s'installer à leur compte. Ainsi, les exploitations les plus anciennes emploient une masse d'apprentis toujours renouvelée, tandis que s'est formée autour de Pescia une catégorie d'exploitants spécialisés, responsables de l'extension de la floriculture. Après 1945 la raréfaction de la main-d'œuvre rurale, provoquée en particulier par l'industrialisation de la Toscane, a obligé à faire appel à des gens venant du Sud (Arezzo, Garfagnana) et parfois de l'extrême Sud. En réalité bien vite s'est établi un équilibre : les seules exploitations dont le bilan économique est intéressant sont celles en faire-valoir direct, avec l'apport occasionnel d'un ou de deux salariés. Comme leur nombre varie peu, l'appel à une main-d'œuvre lointaine s'est quelque peu tari.

Si le producteur imite volontiers les éléments de réussite du voisin, il retire de cet esprit d'émulation l'absence totale d'esprit coopératif. Les bénéfices s'investissent dans des dépenses somptuaires et non dans des modifications de l'infrastructure des exploitations. Les seules tentatives de regroupement sont le fait de l'Administration. L'Inspecteur Provincial de l'Agriculture a créé l'association « *Valle dei Fiori* » dont les membres tirent profit des enseignements d'un Centre Expérimental de Floriculture situé à Pescia. En liaison avec les écoles agricoles des provinces de Pistoia et Lucques ce centre a pour but l'expérimentation de nouvelles cultures, la recherche de variétés florales et la mise au point de techniques appropriées à la région. En réalité peu d'horticulteurs suivent ses conseils. Il faut reconnaître que certains ont cependant acquis une renommée européenne en cultivant des lis, des *bouvardias,* des roses et des glaïeuls. Beaucoup sont récompensés à Pescia au cours de la *Biennale des Fleurs* qui expose les réussites locales.

Ainsi autour de Pescia se constitue un grand centre floricole responsable du renom de la Toscane en ce domaine, car la Versilia voisine a besoin encore de faire de gros progrès.

4. La floriculture en Versilia

La Versilia gravite autour du centre de Viareggio. Ici, la floriculture présente des aspects différents du Pesciatino. Les sols, plus sableux, conviennent moins bien aux plantes à fleurs mais sont favorables aux bulbes si l'on réalise de bonnes fumures. Le bassin du torrent Versilia constitue le centre de la région floricole, entre les Alpes Apuanes et la mer Tyrrhénienne. Les pins parasols protègent les cultures contre le *Libeccio*, vent du sud. Le cadre naturel et l'évolution agricole ressemblent en bien des points à la Ligurie ou à la Côte d'Azur, malgré un climat hivernal moins doux en dépit de la latitude. La nature des terrains et les ressources en eau apparentent la Versilia à la côte niçoise. La floriculture y est donc favorisée pendant l'été et l'automne, mais subit une éclipse en hiver.

Le premier essor floricole a été la conséquence du développement touristique contemporain des bonifications de la plaine. L'urbanisation du littoral a offert les débouchés nécessaires. En 1906 un paysan lance la culture des œillets ; après la première guerre mondiale il y a trois horticulteurs, ils sont neuf en 1925 cultivant dix hectares. En 1930 est créé le marché aux fleurs de Viareggio. Les exploitations florales tirent profit des expositions qui font connaître leurs produits dans toute l'Italie. En 1940 il y a une trentaine d'hectares cultivés. Après 1945 la reprise de la floriculture est très rapide, les superficies atteignent cent hectares en 1950. Deux régions se sont individualisées en Versilia : une zone littorale avec comme centre Viareggio, une zone de piémont autour de Camaiore (55). Dans cette seconde zone quelques îlots de culture hivernale apparaissent, et les bourgades de Querceta et Forte dei Marmi au nord, sont en pleine zone pionnière où les superficies floricoles varient d'une année à l'autre.

Les exploitations sont au nombre de cinq cents dans les cinq communes de Viareggio, Camaiore, Massarosa, Pietra-Santa et Forte dei Marmi ; la superficie cultivée couvre près de trois cents hectares en 1965 dont cent de glaïeuls. Toutefois les exploitations spécialisées ne dépassent pas la soixantaine et ne totalisent pas cent hectares. Le restant est constitué par des domaines exploités en métayage et par de petites exploitations paysannes en faire-valoir direct ou en location où la superficie floricole consacrée dans le cadre de la polyculture subit les fluctuations du marché.

Œillets et glaïeuls sont les deux productions essentielles. Utilisant des variétés ligures ou toscanes (l'œillet le plus cultivé est le traditionnel *Giovinezza* secondé par le *Vanna*) les exploitants obtiennent une floraison par pied abondante (dix à vingt-cinq fleurs) mais les prix du marché de Viareggio sont souvent inférieurs à ceux du marché de Pescia. La superficie consacrée aux œillets est de cent trente hectares, talonnée de près par les glaïeuls, véritable originalité de la région. Les œillets américains, grâce à l'habile activité d'une maison de boutures françaises, sont en rapide expansion. Le reste de la production est consacré à des fleurs à bouquets (*roses, asters, gerberas, iris, dahlias, tubéreuses, chrysanthèmes, étoiles de Noël*). Un gros effort de sélection est encore à réaliser car toutes les variétés cultivées, introduites en général de Ligurie, ne sont pas adaptées aux conditions bioclimatiques de la Versilia. Face aux exploitations polycultrices s'intéressant aux fleurs coupées, une vingtaine de producteurs se consacrent entièrement à la vente de plantes ornementales. Dotées de serres modernes, dont beaucoup sont équipées pour le forçage, les exploitations fournissent *ficus, sanseverias, philodendrons,* puis *crotons, azalées, cyclamens, hortensias, aralias* et *cinéraires.* Comme toutes les entreprises de plantes en pots, celles de la Versilia sont en rapide expansion.

Ainsi la Versilia, en cultivant une superficie égale à celle de la région de Pescia, n'arrive pas à constituer pour l'instant un marché important, mis à part celui des glaïeuls et des plantes en pots. Les fleurs coupées sont de qualité médiocre et trouvent difficilement

---

(55) Voir carte.

acquéreur. De la sorte, ceux des producteurs installés à proximité de Lucques n'hésitent pas à supporter les frais de déplacement jusqu'à Pescia (l'autoroute Firenze-Mare est un moyen de communication commode et peu onéreux) pour obtenir des prix plus intéressants. Ceux du Nord, installés à Querceta et Forte dei Marmi, s'efforcent de trouver un débouché à Gênes, voire à San Remo. D'ailleurs, des expéditeurs ligures viennent parfois compléter leurs commandes par des achats sur le marché de Viareggio, dont les cours sont, en général, les plus bas de l'Italie. L'œillet fournit près de la moitié des recettes, le glaïeul un peu moins. Le prix unitaire de l'œillet est très bas (de deux à trois lires en automne, lors des gros achats de la Toussaint). Ici les floriculteurs manquent d'éducation technique. Les fleurs sont produites dans des exploitations familiales où la main-d'œuvre ne compte pas les heures de travail, incorporant jusqu'à 3.200 heures par hectare d'œillets. Ainsi chaque famille ne peut cultiver que 1.500 à 2.000 mètres carrés de plantes à fleurs, faute de quoi elle serait obligée d'abandonner, ou de moins bien soigner, les cultures traditionnelles. Trop souvent les métayers, pour accroître leur revenu, augmentent la surface cultivée, mais du même coup aggravent la surproduction de fleurs de qualité médiocre génératrice de bas prix. Une transformation décisive doit donc s'opérer : les surfaces devraient diminuer permettant l'orientation de fleurs de qualité, ou bien les métayers, abandonnant le système de polyculture devraient se spécialiser. Cette éventualité réclamerait de leur part un perfectionnement technique (dans des écoles qui n'existent pas), des investissements coûteux (serres) et une diminution des surfaces des exploitations qui ne garderaient que les meilleures terres propices à la floriculture et à la bulbiculture.

5. Les timides débuts de la Maremme

La Maremme, dernière région floricole de la Toscane, dans la plaine littorale des torrents Cecina et Cornia, offre des conditions naturelles analogues à celles de la Versilia. Au nord, à Pise, deux établissements sont tournés vers la production de roses et de plantes en pots. Depuis longtemps d'ailleurs les horticulteurs ont choisi la production de plantes ornementales en pépinières : *laurier, pitosporum, laurier-rose.* Plus tard, des producteurs se lancent dans la culture de plantes à bulbes, poussés par des intérêts étrangers (surtout néerlandais). Les uns s'occupent du grossissement des bulbes, d'autres de la fleur. Ainsi, *jacinthes, freesias, tubéreuses, glaïeuls, dahlias* couvrent une trentaine d'hectares. Il ne s'agit pas ici d'une spécialisation analogue à celle rencontrée parfois en Versilia. La production est le fait de grandes exploitations consacrant une petite superficie aux plantes à fleurs. La banlieue de Livourne toutefois possède une dizaine de domaines en faire-valoir direct, spécialisés dans les fleurs. La culture en Maremme est faite le plus souvent par des métayers consacrant de trois à cinq mille mètres carrés aux fleurs. Les principales espèces cultivées sont les œillets, les anémones, et les glaïeuls. Les deux premières sont *rustiques,* produites aux moindres frais ; les glaïeuls sont mieux soignés. Les fleurs, proportionnellement aux autres cultures, fournissent un revenu parfois décuplé constituant pour beaucoup la principale rentrée monétaire de l'année ; elles apportent en effet de 500.000 à 900.000 lires par an au seul métayer (soit 53 % du produit des ventes).

Les sols sablonneux de la Maremme sont un terrain de choix pour la bulbiculture. Une grande exploitation partagée entre différents métayers s'est spécialisée dans le grossissement des bulbillons près de Castagnetto. Ni le marché local, ni le marché national, malgré son extension, ne lui offrent le débouché nécessaire. Les ventes sont effectuées en Allemagne et aux Pays-Bas.

Il est essentiel de remarquer la faiblesse du marché local. La production estivale est certes en grande partie absorbée par les touristes, mais elle n'atteint pas une grande valeur et reste de qualité secondaire. La production est donc vouée à la stagnation ayant saturé le

marché local d'été, elle ne peut prétendre rivaliser avec ses voisins pour la commercialisation à longue distance. Tout progrès ne peut venir que d'investissements extérieurs, permettant la constitution de grandes exploitations spécialisées et produisant des fleurs de qualité. Des projets sont sur le point d'aboutir.

L'essentiel du travail floricole se déroule en été au moment où tous les bras sont occupés par un calendrier agricole particulièrement fourni. En hiver au contraire, le demi-repos que connaît l'agriculture offre à la floriculture toscane de vastes possibilités de développement.

Le prolongement de la campagne floricole après le mois d'octobre amène les productions jusqu'à une époque où le niveau des prix sur les marchés est élevé, de telle sorte que cette modification de la campagne floricole se présente sous plusieurs aspects favorables.

Il semble que du point de vue des investissements, on atteigne dans cette région une période de stabilisation. Le développement intensif de la production implique forcément une évolution du système d'exploitation, entre autre celui du passage du métayage à l'exploitation directe.

Par ailleurs, la conjoncture globale de 1964 met en évidence un certain nombre de problèmes d'ordre technique parmi lesquels figure tout d'abord celui du *choix des variétés*. Pour les œillets par exemple, il convient de s'attacher à des variétés permettant une production de masse plutôt qu'un trop grand nombre de variétés jouant au détriment des quantités produites ; il convient également d'utiliser un petit nombre de variétés donnant des fleurs « *extra* » mais qui soient vraiment adaptées à la culture de plein air.

Dans le même ordre d'idées, il conviendrait d'encourager l'activité des hybridateurs locaux, de développer les cultures sous serre dans des zones collinaires appropriées, de classer et de sélectionner les fleurs dans le cadre des exigences du marché européen. Enfin, grâce à l'intervention des autorités compétentes de donner au Centre Expérimental de Floriculture de Pescia, l'appui financier indispensable pour développer une activité déjà bénéfique pour l'ensemble de ce secteur agro-industriel.

B. Le Val de Loire

Dans la vallée de la Loire la permanence de l'horticulture traduit l'influence d'un grand nombre d'avantages : les conditions naturelles, humaines et économiques sont de tout premier ordre. On reste surpris, dans cette conjoncture, de ne rencontrer que deux cents hectares consacrés aux fleurs coupées et aux plantes en pots dans tout le Val et quatre cents hectares de pépinières ornementales qui sont ici dans leur domaine de prédilection. Cultures maraîchères et habitats villageois disputent l'espace à la pépinière, mais la lente progression des surfaces provient surtout du petit nombre de conversions des maraîchers en floriculteurs. Beaucoup de grandes exploitations ne pouvant plus envisager une plus grande extension, ne poussent pas au développement de l'horticulture, et se contentent d'une situation pour l'instant favorable.

Trois centres, aux caractéristiques bien différentes, s'individualisent dans le Val, ceux d'Orléans, de Tours et d'Angers. Orléans est surtout au centre de cultures de pépinières, de produits maraîchers et, à un moindre degré, de cultures florales. Les pépinières de rosiers prédominent et font la renommée du centre. Tours appuie sa célébrité sur les arbustes ornementaux groupés autour de grandes entreprises de pépinières. Angers est le centre le plus varié avec la culture des plantes molles, vertes et fleuries, des fleurs à bulbes, des fleurs coupées. Tandis que Tours conserve ses habitudes, qu'Angers traverse une difficile phase d'adaptation, Orléans est amené, grâce à sa position aux portes de Paris, à devenir un centre d'approvisionnement de la capitale au même titre que la Brie ou la grande banlieue.

Dans le Val les facilités offertes par les hommes sont grandes : la main-d'œuvre a toujours été expérimentée, travailleuse, son seul défaut est d'être rare. On la découvre encore à condition d'accepter de la bien payer. Le plus délicat demeure pour les nouveaux venus à l'horticulture ornementale la possibilité d'un financement important. L'autofinancement est évidemment le moyen le plus sûr, mais le plus délicat, puisqu'il suppose une entreprise déjà ancienne. Il faut donc compter sur l'aide officielle du Crédit Agricole, sur celle des banques privées, sur des accords avec les fournisseurs de matières premières.

Dans le Val de Loire, comme dans les précédentes régions, le climat est certes le facteur essentiel ; mais la ville est le moteur nécessaire qui déclenche la mise en culture en offrant, par sa puissante bourgeoisie, une clientèle importante. De la sorte, les trois centres de floriculture correspondent aux trois principales villes.

1. La région orléanaise diversifie sa production

Le Val dans la région d'Orléans demeure toujours un grand centre de pépinières fruitières ; cette spécialité domine son activité horticole. L'origine de la pépinière orléanaise est ancienne : le procureur du roi, Le Lectier, avait donné l'impulsion nécessaire dès le XVII[e] siècle en créant un jardin botanique. Les Orléanais, profitant de la construction en 1843 de la voie ferrée qui les relie à Paris, font connaître leur production par une habile propagande. Pendant longtemps cependant l'essentiel des plants obtenus descend la vallée de la Loire par barques ou voie ferrée jusqu'à Nantes où les bateaux transatlantiques les

amènent en Amérique du Nord. Les Orléanais ont ainsi contribué pour une large part à la constitution du verger nord-américain. De nos jours les pépinières sont surtout fruitières, les pépinières forestières sont en nette régression par rapport à leur importance passée ; mais la crise de mévente qui frappe tous les producteurs de plants fruitiers a atteint le Val si bien que tout l'intérêt se porte sur les pépinières ornementales. La répartition des cultures (56) s'effectue ainsi :

Nombre d'exploitations spécialisées à :			Surfaces			Population active	
			Cultures spéciales				
+ 50 %	— 50 %	Total	sous verre	plein air	Cultures générales	non salariée	salariée
412 *a*	7	419	40 ha	245 ha	514 ha	1.221	826
196 *b*	17	213	3 ha	526 ha	783 ha	604	1.114
59 *c*	1	60	5 ha	25 ha	30 ha	123	248

a. - cultures maraîchères *b*. - pépinières *c*. - floriculture

Les pépinières constituent donc en surface le principal élément de l'horticulture ornementale, toutefois les statistiques ne font pas la distinction entre les pépinières fruitières et ornementales (il n'y a presque pas de pépinières forestières). En 1929 on comptait 467 hectares de pépinières, la guerre les réduisait à 310 hectares en 1945, elles franchissaient 530 hectares en 1962 pour atteindre 725 hectares en 1965. Il y a lieu de remarquer que l'extension des surfaces ne s'opère pas dans la banlieue orléanaise proprement dite. Le centre principal de l'horticulture fut au départ l'interfluve constitué par la Loire au nord et le Loiret au sud. Le faubourg de Saint-Jean était le siège des principales exploitations. Aujourd'hui les quelques maisons qui ont pu se maintenir n'y laissent plus que leur siège social, leurs bureaux et l'ensemble des cultures est reporté plus au sud-est. Olivet au sud en a d'abord profité mais l'urbanisation de la ville est si rapide, surtout à la source du Loiret où se construisent les bâtiments de la nouvelle université, qu'il a fallu effectuer un nouveau déplacement : les villages de Saint-Cyr-en-Val, Sandillon et, plus près d'Orléans, celui de Saint-Denis-en-Val, connaissent la spectaculaire extension des pépinières. On ne peut trop compter sur la Sologne dont les sols et le climat diffèrent et où la main-d'œuvre est inexistante ; au nord la Forêt d'Orléans reste toujours trop siliceuse, seules les alluvions de la vallée conviennent parfaitement pour hâter la croissance des jeunes plants.

Les arbustes sont cultivés à l'aide des méthodes les plus modernes, la motorisation est importante. Toutefois la main-d'œuvre est obligatoirement abondante : les travaux sont souvent minutieux, en particulier dans les roseraies, spécialité de la région orléanaise. Le Loiret est le département qui, sur ce plan, est le plus important de France : 700 hectares sur un total national de 7.500, mais représentant le cinquième en valeur de la production française. Près de cinq millions de rosiers constituent la base de la culture, à laquelle s'ajoutent des arbustes et des arbres d'ornement dont quelques variétés de conifères. Au débouché classique représenté par la région parisienne et par les pays anglo-saxons, vient depuis peu s'ajouter une vente régulière constituée sur place par les commandes des Parisiens nouveaux possesseurs de maisons de résidence dans le Val de Loire, ses abords et en Sologne.

Récemment la culture des plantes en pots, puis les timides débuts de la culture des fleurs coupées (48 hectares en 1965) sont venus ajouter à la pépinière ornementale l'apport de leur variété. Les plantes molles constituent l'essentiel : l'*hortensia* est l'espèce principale

(56) 1962. Enquête syndicale. Loiret.

et c'est un spectacle étonnant que celui de ces milliers de plants en fleurs attendant leur expédition vers les grands centres urbains. Le *cyclamen* est aussi abondamment élevé comme les *azalées*, mais on rencontre les habituelles difficultés de commercialisation pour un produit que l'on peut obtenir dans la plupart des régions de France. En dehors du foyer parisien, le poids des plantes en pots interdit un commerce à trop grande distance. Les *chrysanthèmes* deviennent une culture en grand développement dans toute la France ; le goût du public se tourne vers les variétés à petites fleurs. Il faut donc créer de nouvelles variétés, les développer avant de vendre des plants qui pourront être forcés pour le mois d'octobre ou sous serre tout le reste de l'année.

Malgré la concurrence de la région angevine, le foyer de culture orléanais s'est lancé dans la bulbiculture. Si les tulipes, narcisses et jacinthes restent le domaine réservé des Néerlandais, le Val a pu prendre une place très honorable dans la production des bulbes pour la fleur coupée ou pour la décoration des jardins, tels que les glaïeuls, les dahlias, les anémones et les renoncules.

La production est réalisée par des établissements de très inégale importance : 59 entreprises sont spécialisées à plus de 50 % dans l'horticulture florale tout en conservant un secteur de production maraîchère, mais une dizaine de gros établissements est tournée entièrement vers la floriculture. Tous font des efforts d'équipement et accroissent avec régularité leur production par une intensification de la culture, des méthodes plus rationnelles de travail, une répartition judicieuse entre les différentes parcelles de l'établissement. La quarantaine des autres producteurs est constituée par des exploitations familiales avec une main-d'œuvre salariée d'appoint. Si les installations vitrées ne sont pas absentes, elles sont le plus souvent vétustes, étant d'anciennes serres maraîchères construites voilà plus de dix ans, à montures de bois, mal aérées, au faîte bas. Leur insuffisance technique est palliée par une grande habileté manuelle, une minutie dans le travail qui fait le bon renom de la production, qui le faisait déjà du temps où ces producteurs étaient des maraîchers. Le personnel qualifié dans le secteur salarié devient de plus en plus rare : la grande agglomération orléanaise, dans son extension, draine la plus grande part des ouvriers, leur offrant des salaires plus intéressants et des horaires de travail plus réguliers.

Somme toute, la région orléanaise reste un très grand centre de pépinières de rosiers et tout en touchant à tous les secteurs de l'horticulture elle est surtout connue pour la haute valeur de ses rosiéristes.

Tout cela se retrouve dans la visite du parc de la Source à Olivet, ce grand centre d'exposition permanente des réalisations horticoles du Val. Chaque horticulteur dispose d'un espace suffisant et harmonieusement agencé pour présenter l'ensemble de ses plantes, dans un décor somptueux. Ce parc, en agrandissement, est une réalisation qui, avec celui de la Tête d'Or à Lyon fait le plus honneur à l'horticulture française et facilite, par la tentation des coloris l'expansion de la floriculture.

2. Tours conserve sa spécialisation : *plantes en pots et la pépinière*

Le centre tourangeau est lui aussi à l'image de la région orléanaise et les éléments de la célébrité horticole du Val s'y retrouvent : les plantes en pots et les pépinières ornementales. Une enquête des Services Agricoles publiée dans les Cahiers de statistique agricole pour l'Indre-et-Loire (donc essentiellement pour le centre de Tours) fournit les renseignements suivants : en 1962, 163 hectares sont consacrés à l'horticulture ornementale dans le départe-

ment ; mais 63,18 hectares seulement étaient effectivement cultivés au moment de l'enquête, les autres terres étant en culture légumière d'alternance.

Dans cet ensemble on distingue :

En activité	49,53 hectares
En repos	3,85 hectares
En alternance	3,30 hectares
En pépinière	6,50 hectares
Total	63,18 hectares

Les superficies en plein air couvrent	57,09 hectares
sous abri vitré	6,09 hectares
dont sans chauffage	3,39 hectares
avec chauffage	2,70 hectares

L'horticulture ornementale, mise à part la pépinière qui est ancienne, est un fait récent. Sur les 133 exploitations qui occupent la superficie horticole, 35 % seulement (46 exploitations) proviennent d'une succession familiale, mais 52 % (69 exploitations) résultent de la création par l'exploitant lui-même, tandis que 13 % proviennent d'autres modes d'accession à la direction de l'exploitation. La propriété directement mise en valeur par le propriétaire prédomine : 78 % (104 exploitations) tandis que 20 % des horticulteurs (26 exploitations) sont locataires et que trois domaines sont en gérance (2 %). L'attache avec le milieu rural préexistant se marque encore avec le faible nombre d'exploitants qui ont une formation professionnelle poussée : quatre-vingt-dix-neuf (74 %) sont sans formation, tandis que vingt ont profité de cours postscolaires, que treize sortent d'une école d'agriculture régionale et que deux seulement — et on comprend qu'ils occupent de hautes fonctions syndicales en même temps qu'ils dirigent les plus belles exploitations — sont diplômés de l'Ecole d'Horticulture Nationale de Versailles.

La plupart des exploitations ont été créées par des hommes qui sont entrés dans la profession dans les quarante années qui s'étendent de 1910 à 1950. Avant 1910, huit exploitants pratiquaient déjà l'horticulture ; depuis 1950, dix seulement sont entrés dans la carrière. Ainsi chacune des cinq décennies a apporté son contingent régulier d'une vingtaine d'exploitations nouvelles. En d'autres termes le rythme de croissance est de deux exploitations par an, sauf depuis 1950 où le taux a un peu diminué. Il faut en chercher la cause dans la difficulté de trouver des capitaux importants et aussi dans la terrible concurrence qui s'est établie dans le Val pour la recherche des débouchés. L'activité horticole s'est étendue autour de la ville ; elle a débuté dans la banlieue immédiate de Tours, dans l'interfluve entre Loire et Cher en direction de Plessis-les-Tours et à l'est vers Saint-Pierre-des-Corps. Puis elle a gagné, surtout pour l'activité des pépinières, le coteau septentrional de Saint-Cyr. Actuellement les établissements gênés dans leur expansion par l'urbanisation, désireux de regrouper leur activité autour d'un ou de deux centres de culture doivent envisager la recherche de terrains nouveaux vers Saint-Genouph-en-Val ou doivent s'éloigner au nord en direction de Mettray et de Notre-Dame-d'Oé.

A Tours l'entreprise T... couvre cinq hectares répartis en cinq annexes et l'exploitation principale avec quarante blocs de serres occupant deux hectares. La production annuelle atteint 200.000 *hortensias*, 70.000 à 100.000 *bruyères*, 30.000 *chrysanthèmes*, 310.000 *jeunes plants de cyclamen*, dont 70.000 seulement sont élevés, les autres étant vendus dans le reste du Val à d'autres producteurs. Cette entreprise est l'exemple des quelques exploitations de plantes en pots tournées vers une production massive et spécialisée dans un petit nombre d'espèces seulement. Les plantes des régions tropicales sèches ne sont pas cultivées, tandis que les plantes molles prédominent.

A Tours encore, l'entreprise P... est spécialisée dans la pépinière. Son directeur est à la tête d'une entreprise de 80 hectares dont cinquante hectares de pépinières sur le coteau de Saint-Symphorien dominant Tours et sur le plateau de Mettray. Obligé de développer les

plants d'ornement à cause de la mévente des arbres fruitiers, il constate une nette régression sur les quenouilles et les formes palissées trop difficiles à surveiller et soigner par les amateurs qui renoncent devant le grand nombre de traitements. Le mouvement est moins net sur les arbres à noyaux (leur feuillage est décoratif), leurs fruits sont immédiatement consommables et ne supportent pas de stockage. Pêchers, cerisiers, abricotiers et pruniers sont encore vendus. L'obstacle demeure celui du stockage qui fait reculer beaucoup de producteurs devant l'extension de nouvelles plantations. Les pépiniéristes polyvalents, comme lui, se reconvertissent en se spécialisant dans l'ornement. Le siège social, bien entretenu, est situé au cœur d'un magnifique bosquet d'essences ornementales variées. La principale difficulté de l'entreprise est une prévision à longue échéance lors de la mise en culture.

Ces deux exemples caractérisent l'activité de la région tourangelle, moins diversifiée que sa voisine angevine.

3. Angers reste le centre prépondérant dans le Val

Dans la région angevine on pénètre au cœur de la grande zone horticole. Ici encore un site d'interfluve offre ses avantages à l'horticulture. Entre Loire et Maine, au sud et au sud-ouest d'Angers, la banlieue immédiate tout d'abord, puis le long des routes de Cholet et Saumur, vers les villages de Saint-Gemmes, Trélazé et les Ponts de Cé s'est constituée une zone horticole de premier plan. Dans une seconde phase d'expansion les cultures ont gagné des régions beaucoup plus lointaines et les projets de transformation agricole de la vallée de l'Authion risquent d'amplifier encore la prépondérance angevine dans le Val. Les plantes à fleurs coupées et les plantes en pots, ainsi que les bulbes, restent à proximité de la ville où les conditions de sol et d'eau, indispensables, se trouvent seules réalisées. Par contre les pépinières s'étendent sans crainte vers des ensembles de culture distants d'une trentaine de kilomètres d'Angers, comme Doué-la-Fontaine. L'inconvénient d'une telle fuite hors de la ville est la dispersion des exploitations, aussi grandes soient-elles.

La main-d'œuvre est alors introuvable, ou alors elle est de faible qualité. Le personnel de l'horticulture, plus ici qu'ailleurs semble-t-il, aime la ville ; il y demeure car les femmes très souvent y ont un emploi. Il faut donc imposer aux ouvriers de longs et coûteux déplacements qui sont aussi des pertes de temps. Les paysans abandonnent les terres pour s'installer dans la banlieue tantôt comme ouvriers agricoles, tantôt comme employés d'usine. L'horaire fixe est un de leurs points de mire ; dans les campagnes, en effet, ceux qui restent travaillent à la belle saison du lever au coucher du soleil. A la ville, en outre, les avantages sociaux sont une tentation non négligeable. Habiter la ville est une promotion humaine et sociale. Si les ruraux conservent dans la banlieue le travail de la terre, leurs enfants vont à l'école, subissent le brassage de la *Communale*, prennent des habitudes de penser qui ne sont plus celles de leurs pères, et se refusent, devenus adultes, à poursuivre le métier de la terre. La main-d'œuvre horticole est donc désormais impossible à recruter : les ouvriers en place disparaissent progressivement et leurs fils ne sont pas prêts pour la relève. Viennent donc de la ville comme ouvriers agricoles tous ceux qui n'ont pu trouver d'emploi. Ce sont les plus inaptes à travailler et à acquérir la formation spécialisée que réclame l'horticulture. Insuffisamment développés du point de vue intellectuel, sans certificat d'aptitude, malades physiques que la famille place à la campagne dans l'espoir d'améliorer leur santé, tels sont les jeunes qui sont destinés aujourd'hui à l'horticulture dans les banlieues du Val de Loire. On a même vu une exploitation de plantes en pots fonctionner au mois d'août, au moment des congés de la main-d'œuvre habituelle avec une quarantaine d'adolescents sous la surveillance de deux contremaîtres. On conçoit donc que les employeurs refusent beaucoup de main-d'œuvre, dans la mesure où ils ont besoin d'une équipe de spécialistes. Le second inconvénient souligné en commençant, celui de l'éclatement de la zone horticole est une cause de souci

pour la main-d'œuvre qui n'a aucune position de repli en cas de mise en chômage par un employeur. Il lui faut retourner à la ville pour trouver du travail.

En outre la coopération entre les exploitants est toujours impossible et l'individualisme reste la règle traditionnelle de l'horticulture. Les expéditions groupées demeurent indispensables et cependant beaucoup de camions de plantes en pots partent insuffisamment chargés. L'émulation enfin, moteur essentiel de tant de transformations agricoles est totalement absente, puisque personne ne s'intéresse à ce qui se passe chez le voisin distant parfois de plusieurs kilomètres.

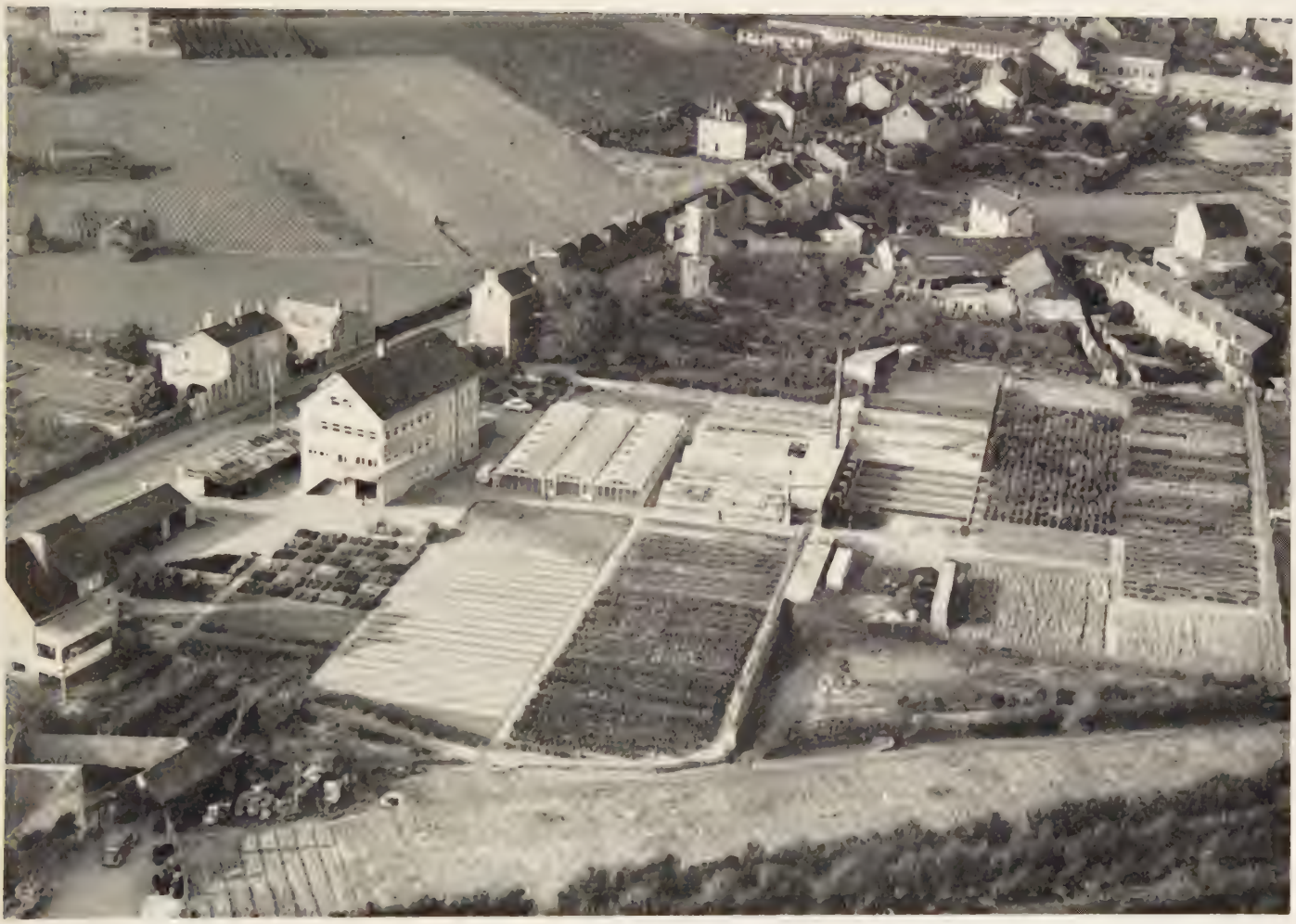
Le nombre des horticulteurs toutefois n'est pas si grand (deux cents inscrits au syndicat horticole de Maine-et-Loire) que chacun n'ait pu trouver une forme de spécialisation particulière qui lui permette de ne pas empiéter sur le domaine de production du voisin. L'entente à ce niveau existe parfois encore, même si quelques entreprises récentes se lancent à corps perdu dans le marché sans tenir compte des ententes amicales.

Quelques exemples d'exploitations permettent de se faire une idée des difficultés rencontrées par l'horticulture du Val et des possibilités d'expansion.

A Angers : la maison Ch... a été fondée en 1903 et s'est spécialisée dès le début dans la bulbiculture, le père des actuels exploitants ayant fait son apprentissage dans une autre exploitation. L'essentiel des treize hectares est occupé par des surfaces en grossissement de bulbes (voir photo 12), et les bulbes obtenus sont de bonne qualité pour le marché français. Les renoncules géantes sont par exemple une des spécialités du Val d'Anjou et de l'exploitation en particulier. L'exploitation est de plus en plus concurrencée dans ses débouchés par un approvisionnement étranger en provenance d'Afrique du Sud et des Pays-Bas et il est très difficile de vendre en Suisse ou dans les pays germaniques si la qualité n'est pas irréprochable. Les bulbes reviennent trop chers, compte tenu du coût de la main-d'œuvre et des matières premières d'origine industrielle en constante augmentation. L'uniformisation des charges sociales dans le Marché Commun atténuera à coup sûr les disparités des prix de revient entre les Néerlandais et les Français. Les catalogues français proposent des produits chers, mais de bonne qualité, ce qui détourne une partie de la clientèle vers d'autres fournisseurs à meilleur prix. Ainsi la France a pu devenir pour les producteurs néerlandais un concurrent important pour les jacinthes, car elle possède de nombreux sols sableux du Marquenterre aux Landes, en passant par la Bretagne (Saint-Pol-de-Léon) et la Vendée (La Tranche-sur-Mer). Le glaïeul est un des éléments de la forte production angevine. Ainsi les importations de Hollande ont cessé. L'avantage des Angevins est de disposer de beaucoup plus de place que les Hollandais. Ces derniers, pauvres en espace, sont obligés de ramener plus souvent dans l'assolement le glaïeul dont la culture est souvent très groupée dans quelques secteurs du Bollenstreck ou de la Zélande. Or, en principe, le glaïeul exige de ne revenir dans l'assolement que tous les cinq ans. Il réclame donc cinq fois plus d'espace qu'une autre plante à fleurs. Ainsi s'explique la disparition des cultures de glaïeuls de Hollande et leur déplacement vers la Zélande ; on voit même des producteurs hollandais aller s'installer en Normandie ou en Italie du Sud.

Ainsi sur 30 millions de bulbes de glaïeuls français la région angevine en produit plus de la moitié. Cette production est d'excellente qualité, grâce à des procédés techniques récents (séchoirs à bulbes, nouveaux systèmes de ventilation). Il arrive que la demande soit trop forte et l'exploitation ne suffit plus à la satisfaire. Alors des paysans reçoivent sous contrat la possibilité de s'occuper du grossissement des bulbes. A intervalles réguliers dans l'année de culture, le chef d'entreprise rend visite aux exploitants pour vérifier la bonne qualité du travail effectué sur les bulbes. D'autre part, l'exploitation dont le catalogue est très fourni à la rubrique des dahlias, fait face à une très vive concurrence nationale.

Telle autre entreprise de constitution récente groupe une dizaine d'hectares en trois domaines aux abords de la ville (Bouchemaine et Saint-Gemme). Cent cinquante ouvriers travaillent sur trois hectares d'*hortensias*, cinq hectares d'azalées et sous trois mille mètres carrés de serres modernes. Certaines années la production d'*hortensias* atteint 250.000 et même 300.000 plantes. La culture de l'azalée a été tentée, non sans déboires : un spécialiste ayant engouffré de grandes sommes d'argent sans trouver un système de culture peu onéreux. La production de masse s'apparente à celle de la région tourangelle.



12. L'HORTICULTURE ANGEVINE

La pépinière ornementale (visible dans la partie supérieure gauche) donne les entreprises les plus puissantes. Les cultures de bulbes et de dahlias (dont les carrés fleuris sont visibles au centre) permettent à quelques exploitations de satisfaire une clientèle variée. L'extension de la banlieue d'Angers repousse les cultures vers des terrains moins favorables.

4. La pépinière est encore l'activité principale du Val

Dans l'ensemble du Val les pépinières ornementales intéressent près de trois cents hectares de superficie répartis entre un demi-millier d'exploitants. Le département du Maine-et-Loire est le plus voué à la pépinière : 129 hectares d'arbres ornementaux en 1963 et 109 hectares de rosiers en font de loin le principal fournisseur de plants ornementaux.

Surface des pépinières (1963) et structure des exploitations

Départements	Moins de 5.000 m²	0,5 à 1 ha	1 à 5 ha	5 à 10 ha	10 à à 20 ha	20 à 40 ha	plus de 40 ha
Loire-Atlantique	31	11	8	4	2	1	
Maine-et-Loire	154	57	96	9	8	3	2
Sarthe	26	7	7	2	1		
Vendée	20	7	8	2			

La bonne répartition des pluies dans la région angevine est un élément décisif pour la culture des arbres et des arbustes. Tous les mois reçoivent plus de 40 mm de précipitations ; juillet et août ont de 40 à 50 mm, de telle sorte que, même au cœur de l'été, l'humidité relative est forte (70 à 80 % toute l'année). Les vagues de froid sont exceptionnelles (Angers a 11°,7 de moyenne annuelle). Les services phytosanitaires ont recensé 140 hectares de pépinières d'ornement et 105 de rosiers dans le département de Maine-et-Loire, 28 et 7 hectares pour l'Indre-et-Loire, 30 et 11 pour la Loire-Atlantique. Les progrès des pépinières ornementales s'effectuent aux dépens des pépinières fruitières et forestières. En particulier l'essor de la région de Doué-la-Fontaine est lié à la régression des ventes de pommiers à cidre en Bretagne. Doué est devenu un grand centre de production de scions d'arbres fruitiers et surtout un centre de pépinières de rosiers. La main-d'œuvre est abondante. Ainsi sur une grande pépinière (l'entreprise F... D...) le groupe de parcelles « Chemin d'Urgement » réservé à la multiplication demande douze ouvriers pour trois hectares et demi, dont un sous verre ; la parcelle « La Pyramide », réservée à l'élevage des conifères et des arbres d'alignement réclame trente-cinq ouvriers pour vingt-cinq hectares de culture ; la parcelle « Douzillé » donne du travail à vingt-cinq à quarante en permanence pour la production des rosiers. Une autre entreprise (firme D...) sur cinquante hectares a une centaine d'ouvriers. En effet, les principales entreprises angevines ont l'habitude de multiplier, élever, et vendre les produits, réalisant ainsi une sorte d'intégration verticale, tandis que l'organisation horizontale (telle l'entreprise M... spécialisée dans la seule multiplication des végétaux) est exceptionnelle.

Toutes ces entreprises ont leur siège social sur la route des Ponts-de-Cé, point de départ de la pépinière angevine. L'expansion des surfaces a provoqué un éclatement des domaines, la multiplication des parcelles imbriquées dans les terres des entreprises concurrentes, ou l'achat de domaines très lointains. Le groupement des commandes pour une seule entreprise est déjà souvent fort délicat. Pour éviter de tels inconvénients les pépiniéristes louent des terres voisines de leurs parcelles, et cela d'autant plus facilement que les contrats se font pour la durée de la culture. Cela laisse une entière liberté au pépiniériste (qui paie une location souvent dérisoire) ; les agriculteurs acceptent volontiers ces mises en pépinières, l'arboriculture remplace une jachère non productive et procure un revenu intéressant. En outre la pépinière n'épuise pas le sol de la même façon que la maraîchage ou la céréaliculture. Tandis que l'on admire en Toscane des entreprises de pépinière installées dans des bâtiments fonctionnels et plaisants, il est rare de rencontrer dans le Val des bâtiments adaptés aux besoins. Les bureaux, les locaux d'habitation, les entrepôts de marchandises, les hangars de remisage du matériel inemployé sur les autres parcelles tout cela constitue l'ensemble hétéroclite dénommé *maison-mère* ou le siège social des principales pépinières de France. La seule recherche de la rationalisation apparaît dans l'organisation des cultures et la

répartition du matériel et des chevaux avec leurs « *rouliers* », hommes qui s'occupent des bêtes pendant une année, quel que soit leur emploi. Les tentatives de modernisation apparaissent aussi dans l'emploi de quelques serres d'un type récent. Les établissements L... ont des serres mobiles en polyéthylène, les établissements M... ont des serres métalliques hollandaises avec toit de verre doublé de plastique pour filtrer les rayons solaires et protéger certains feuillages délicats.

Parfois certaines parcelles ont été équipées de *Sprinkler* (canons d'arrosage), légers et faciles à mettre en batterie pour organiser une aspersion régulière. La recherche scientifique officielle et les laboratoires attenants aux plus grandes pépinières s'appliquent essentiellement à trouver des moyens de croissance rapide sur les végétaux. Il faut gagner du temps dans les premières années de mise en route d'une plantation. Par exemple la technique du bouturage est sans cesse modifiée pour essayer de gagner du temps. La maison M... effectue ainsi des boutures de « *Berberis* » dans des coffres avec brouillard et obtient un enracinement en quinze jours ; des boutures de *camélias* et de rhododendrons, avec brumisation et traitement aux hormones (qui font gagner du temps mais ne facilitent pas l'enracinement) sur un mélange de tourbe et de sable, donnent en serre chaude un enracinement au bout d'un mois. Les *magnolias* bouturés avec hormones gagnent trois ans de croissance.

Le travail en pépinière reste très délicat, en particulier à l'automne. A la suite de la publication du catalogue en fin d'été, les commandes affluent : la vente s'effectue en début de saison froide. Les travaux d'arrachage, de préparation et d'emballage sont nombreux ; les conditions climatiques sont alors peu favorables à l'arrachage, les terres gorgées d'eau ou durcies par les gelées ne facilitent pas la tâche des ouvriers (et ce n'est pas la moindre des causes de la raréfaction de la main-d'œuvre). Les expéditions peuvent même être entravées par une vague de froid ou une période pluvieuse. On peut évidemment étaler les expéditions sur l'année entière ; pour éviter le délicat arrachage, les conifères sont de plus en plus cultivés en pots jusqu'à des tailles allant de 0,8 m à 1 mètre. Cette pratique est également employée pour beaucoup d'arbustes d'ornement (système du *Jiffy-pot*). Les manipulations sont ainsi grandement facilitées. A l'imitation des pépiniéristes allemands, les Angevins utilisent également la technique de conservation de certains plants par hibernation dans des sacs de polyéthylène soudés où les végétaux subissent une vie ralentie. Cette pratique est généralisée pour le stockage des plants de rosiers.

Les pépiniéristes, suivant les conseils des services officiels qui ont étudié le marché national et international, font à l'heure actuelle évoluer leurs exploitations dans plusieurs directions : d'abord la recherche de plantes à feuillages persistants (*Aucuba japonica, Buis, Cotoneaster*), de conifères de petites tailles (*Abiès, Pins, Cèdres*) très prisés dans les jardins publics et privés, puis la multiplication des arbustes dont la floraison printanière (*Calycanthus*) ou estivale (*Caryoptéris*) est intéressante, enfin la culture de plantes de terre de bruyère (rhododendrons de semis).

Une des grandes difficultés rencontrées par les pépiniéristes est de posséder l'arbre ou l'arbuste qui est demandé à un moment précis. Le floriculteur peut s'adapter en quatre mois, parfois même moins, à une modification des désirs de la clientèle. Le producteur de plantes en pots est prêt en moins d'une année à faire face à une transformation du commerce. Le pépiniériste travaille avec des végétaux de croît beaucoup plus lent ; il lui faut des années pour réaliser l'évolution nécessaire. Or un pépiniériste de renom doit offrir dans son catalogue le plus grand nombre de variétés. Les pépiniéristes allemands du Holstein, les Italiens de Pistoia font des offres beaucoup plus variées. Aussi édite-t-on des catalogues réservés aux producteurs qui permettent à tout moment de passer commande à un confrère ; de la sorte les pépiniéristes français ou néerlandais ont pris l'habitude de présenter sur leurs catalogues des espèces qu'ils ne possèdent pas réellement. En cas de commande, ils savent pouvoir s'approvisionner auprès d'un autre pépiniériste. Deux groupes de pépiniéristes se sont ainsi constitués : ceux qui ont une clientèle importante du fait même de l'ampleur de leur exploitation, ceux qui trouvent plus rarement preneur. Ces derniers comptent sur la grosse entreprise de pépinière qui rafle les commandes pour écouler l'essentiel de leur stock, souvent à un prix intéressant puisque le pépiniériste acheteur doit obligatoirement s'approvi-

sionner chez eux. L'inconvénient d'une telle complémentarité éclate au jour lors des périodes de mévente : les seuls pépiniéristes qui trouvent à vendre sont les plus connus. Comme ils n'écoulent pas tous leurs plants ils ne s'adressent pas aux petits producteurs. Cette sujétion, reconnue et critiquée par beaucoup, est incontestablement à supprimer et les petits pépiniéristes doivent se grouper pour éditer des catalogues aussi fournis que ceux des grandes entreprises, là est leur véritable avenir.

En faisant un bilan de l'activité horticole du Val, on se rend vite compte que cette région, tout en conservant des caractères traditionnels, piliers de sa renommée, est en incontestable évolution. Le Val traverse une phase d'adaptation à des conditions nouvelles de marché. Sa production de bulbes rencontre la concurrence nationale et étrangère ; les plantes en pots trouvent toujours le débouché parisien ; les fleurs coupées, de bonne qualité ne peuvent lutter, sauf en été, contre celles du Midi. La recherche d'une spécialisation va donc dans le sens de la pépinière ornementale, beaucoup plus que dans celui de la fleur coupée. La plante, qui peut apparaître ici comme un complément à la pépinière, demeure la caractéristique actuelle de la floriculture ligérienne.

L'expansion est freinée par le manque de terre, la cherté de la main-d'œuvre, la concurrence nationale. Donc, comme en bien d'autres régions, la floriculture doit devenir l'affaire d'un petit nombre de spécialistes, puissamment outillés, disposant d'une réserve de capitaux importants, ayant recruté un personnel qualifié, possédant un réseau d'approvisionnement régulier et des antennes commerciales bien établies. L'évolution, en moins ample puisque ici la floriculture ne représente pas le dixième de celle de la Côte d'Azur, semble préfigurer ce qui doit se passer sur le rivage méditerranéen : contraction de la floriculture mais aussi amélioration de la qualité, assurance d'une régularité dans les débouchés.

Figure 16

Principaux centres de Floriculture au BENELUX

CHAPITRE III

LA FLORICULTURE PÉRI-URBAINE

LES PAYS-BAS

De renommée mondiale, passant pour obtenir la plus belle production florale d'Europe, les Pays-Bas représentent le pays où la technique floricole est la plus perfectionnée. Toutefois la superficie consacrée à la floriculture n'est pas très importante, même en tenant compte des trois types de spécialisation : les *produits de la bulbiculture* viennent largement en tête, obtenus de Haarlem à Leiden, les *fleurs coupées* surtout cultivées dans la région d'Aalsmeer et les *pépinières ornementales* surtout localisées à Boskoop. Ces trois activités s'ignorent le plus souvent les unes les autres, elles n'ont comme point commun que la recherche des débouchés à l'étranger. Voilà encore une des caractéristiques de l'horticulture ornementale néerlandaise, le marché intérieur, malgré son importance, ne constitue jamais plus du tiers ou de la moitié de la destination des marchandises et l'horticulture ornementale est fortement exportatrice. Célèbres par leurs produits, connus par leur dynamisme économique, les Néerlandais s'individualisent aussi dans le reste de l'Europe par la généralisation du système de vente sur échantillons aux enchères descendantes. Malgré des imitations récentes, ils demeurent le champion de ce système et continuent à le perfectionner.

1. L'organisation générale de la production

Leur production est si intensive que sur 1,5 % de la superficie agricole totale, les Néerlandais obtiennent 15 % du produit général de l'agriculture ; soit en 1964, 1.566 millions de florins sur les 8.756 millions de florins réalisés par la vente des produits agricoles (57).

---

(57) Réf. Bloemenlust. De très nombreuses publications en langue néerlandaise fournissent des indications sur la floriculture. Le P.V.S. publie des *Bijlagen Jaarverlag ;* les *Mededelingen van de Directie Tuinbouw* (La Haye) donnent de bons documents (en particulier le numéro d'avril 1964 : economische richtpunten voor het tuinbouwKundig onderzoek).
Les *Verslagen* du Landbouw Economisch instituut de La Haye sont très précieux (fréquence de publication irrégulière).
En langue française les seules publications sont le fait du C.N.C.E. :
— Production et marché d'exportation des bulbes à fleurs aux Pays-Bas ; 97 p., 1963.
— Horticulture aux Pays-Bas, 1966.
— F. H. : L'horticulture hollandaise. 9, 1966 et 12, 1966.

Ainsi les Pays-Bas présentent une horticulture aux multiples facettes, toutes originales. Disposant de puissants moyens de recherche, s'appuyant sur des organismes publics ou privés remarquablement compétents, s'appliquant à fournir des produits de haute qualité, redoutables dans l'Europe entière par leurs prix compétitifs, *les Pays-Bas sont l'exemple de la plus belle réussite horticole de ce siècle.*

L'esprit méthodique et ordonné des Néerlandais, caractéristique essentielle de la population, se retrouve dans l'organisation de l'horticulture. Tous les producteurs sont groupés sur le plan idéologique et sur le plan professionnel. Il existe trois centrales syndicales, catholique, protestante et neutre, groupées dans la Fédération de l'Agriculture.

L'intervention des autorités revêt trois buts : vulgarisation, enseignement et recherche. Le Service de Vulgarisation Horticole de l'Etat joue le rôle essentiel, et dépend du Ministère de l'Agriculture. Pour l'horticulteur, l'administration est personnifiée par l'un des dix-huit conseillers d'Etat. Ces délégués ont la pleine confiance des horticulteurs, ils sont répartis suivant les besoins et vivent au milieu des gens qu'ils doivent aider.

Organisations professionnelles et organisations syndicales défendent les intérêts professionnels dans tous les domaines. Le « *Bureau Central Néerlandais des Coopératives de Vente des Produits Horticoles* » s'occupe à La Haye des questions commerciales ; les producteurs de bulbes dépendent de l'*Association Générale de Bulbiculture* (Haarlem) ; les floriculteurs, de l'association « *La Floriculture Néerlandaise* » (La Haye). Il existe aussi une « *Association pour la Culture et la Commercialisation des Semences Potagères et de Fleurs* » (La Haye). Toutes sont associées au *Conseil d'Horticulture Néerlandais.* Depuis 1954 existe le « *Landbouwschap* » (Organisation de Droit public pour l'Agriculture) qui comprend toutes les entreprises agricoles. Il s'efforce de promouvoir les intérêts sociaux et économiques des agriculteurs. Parmi un certain nombre de sections existent les sections « *Plantes d'Ornement* », « *Bulbiculture* », « *Floriculture* » *et* « *Arboriculture* ». Des *Produktschappen* sont en activité depuis 1956 : ce sont des organisations qui ont remplacé les anciennes corporations. Leur activité s'étend aux entreprises remplissant une fonction dans les stades successifs de la production et de la distribution de certains produits. Par exemple les *Produktschappen* veillent à ce que les dispositions concernant la superficie des plantes cultivées soient observées et à ce que les *veilingen* (58) remplissent bien leur tâche. Ils déterminent ensuite les prescriptions concernant la qualité des produits horticoles à exporter et règlent les conditions d'admission aux organisations de production et de commerce. Le « *Produktschap voor Siergewassen* » (pour les plantes d'ornement) et le « *Produktschap voor Tuinbouwzaden* » (semences horticoles) sont les principaux s'occupant de l'horticulture ornementale.

Aux offices publics s'ajoutent les institutions de l'Université d'Agriculture qui comprend une dizaine d'organismes dont les principaux sont le *Laboratoire d'Horticulture* à Wageningen, le *Laboratoire de Recherche* sur les oignons à fleurs à Lisse. Des *Stations d'Essais* s'occupent de toutes les expérimentations nécessaires : celle d'Aalsmeer est plus particulièrement tournée vers la culture des fleurs, celle de Boskoop vers l'arboriculture, celle de Lisse vers la culture des oignons à fleurs.

L'enseignement horticole et la recherche sont très développés. Il y a trois cent quarante-six cours d'enseignement général horticole ; cinquante-six écoles primaires d'horticulture, neuf écoles d'horticulture et deux écoles secondaires d'horticulture. Les jeunes gens peuvent en outre profiter de trois cent dix-sept cours d'adultes et de soixante-huit écoles spécialisées. Outre la station de recherche sur les cultures de Naaldwijk, les quatre instituts de Wageningen ont un rôle très considérable puisqu'ils s'occupent des recherches fondamentales dans tous les domaines de l'horticulture et disposent d'un personnel qualifié, nombreux, et de haute valeur. L'*Institut Royal Météorologique Néerlandais* diffuse sans cesse les avertissements nécessaires aux horticulteurs. Deux services, le *N.A.K.-S.* pour les plantes d'ornement et le *N.A.K.-B.* pour les produits de pépinières surveillent la pureté et l'authenticité des semences et des boutures. Chaque année une foire internationale de technique horticole se tient soit

(58) Marchés de vente aux enchères.

à Honselersdijk soit à La Haye. La « *Wehate* » rassemble le matériel le plus varié (types de serres, appareils de chauffage, de conditionnement d'air, d'arrosage, d'émission de CO_2, de calibrage) donne l'inventaire des produits chimiques, des emballages. L'institut de Wageningen est largement représenté ; la presse professionnelle développe son effort de vulgarisation.

2. L'utilisation parfaite d'un milieu naturel ingrat

On s'étonnera cependant que les Pays-Bas, dont les conditions naturelles ne sont pas de prime abord excellentes, possèdent une horticulture si développée. Le climat maritime typique est déjà à la limite, l'hiver, d'influences continentales froides. Malgré la superficie restreinte du pays, il existe des nuances sensibles selon les régions. Les végétaux dans le Sud ont de deux à trois semaines d'avance sur ceux du Nord. La répartition mensuelle des pluies est sans doute le facteur déterminant. Février reçoit en moyenne 40 mm (mois le plus sec), l'été est le plus humide (juillet 71 mm, août 79 mm). Les températures, basses l'hiver (moyennes de 2° à 3° en décembre, janvier et février), ne s'élèvent l'été que jusqu'à 18°,3 en juillet. Les gelées nocturnes sont à craindre au moins huit mois de l'année et causent surtout des dégâts aux jeunes arbres et aux boutons floraux en avril-mai. La présence des étangs et des lacs intérieurs est un élément de modération des coups de froid : à Aalsmeer grâce au Westeinderplas et à Boskoop grâce au large canal de Gouwe, les risques de gelées nocturnes sont réduits. Il est évident que les vents d'ouest, très fréquents, sont décisifs dans la détermination du climat puisqu'ils apportent aux plantes des masses d'air humides presque toute l'année. On portera attention à la durée de l'insolation, dont l'action est décisive dans ce domaine des productions agricoles. Elle varie d'une heure, à moins d'une heure par jour en décembre, à deux en janvier et novembre, trois en février, quatre en mars et octobre, cinq en septembre, six en avril et juillet et sept en août. C'est là un obstacle grave car les fleurs sont « *filles du soleil* » ; la durée moyenne annuelle de l'insolation à Amsterdam est de 1.551 heures dans l'année. C'est fort peu, comparé aux 2.760 heures de Nice. La nature des sols, on y reviendra, est également déterminante dans le choix des cultures et représente l'atout maître de la bulbiculture néerlandaise (voir figure 16).

La bulbiculture en effet est l'élément le plus original de la production néerlandaise.

3. La bulbiculture

Dans un pays aussi habitué que les Pays-Bas aux difficultés de la mise en valeur d'un milieu naturel rude et d'un marché intérieur somme toute restreint, il n'est pas étonnant de constater que les Néerlandais, disciplinés, se sont organisés pour produire et pour vendre leurs bulbes. Une administration complexe dirige la production et la vente avec l'aide des organismes professionnels. Voici l'exemple le plus parfait qu'il nous soit donné d'examiner dans le cadre de l'horticulture périurbaine européenne.

1. - une discipline parfaite

Les bulbiculteurs sont groupés en associations privées et en organismes publics. Le « *Central Bloembollen Comite* » s'occupe de la recherche scientifique et de la propagande. Les différents syndicats, tous d'origine confessionnelle, sont sous la dépendance du « *Nederlandse*

Tuinbouwraad » (Conseil Néerlandais de l'Horticulture) qui dirige toute la production horticole. De la même façon, les commerçants sont groupés en *Associations des Commerçants et Détaillants en Bulbes*. Les diverses périodes difficiles traversées par l'agriculture néerlandaise, et en particulier la crise de 1929-31, ont obligé les horticulteurs à réclamer l'aide de l'Etat. L'intervention de celui-ci s'est faite sous la forme d'organismes publics qui réglementent de nos jours toutes les branches de la production et du commerce horticoles. Le *Landbouwschap* (Comité National Professionnel de l'Agriculture) dirige des organisations professionnelles et des associations interprofessionnelles (*Bedrijfschapen* et *Produktschapen*) qui ont pour but « la promotion des intérêts sociaux et économiques de l'agriculture et de l'horticulture ». Ses règlements sont applicables à tous ceux, à quelque titre que ce soit, qui exercent une activité relevant du domaine agricole.

Tous les commerçants en bulbes doivent faire partie du comité du commerce des bulbes. Le « *Produktschap voor Siergewassen* » s'occupe des produits horticoles et consacre 80 % de ses dépenses à la recherche scientifique, à l'aide à des instituts professionnels et à la propagande. *Grâce à un prélèvement à l'exportation des bulbes, il finance un fonds de rachat des bulbes en surplus.* En échange de ses services cet organisme perçoit des cotisations calculées sur la surface des exploitations ou sur le prix de vente des bulbes dans les criées. Dans l'ensemble il est responsable de la stabilité du marché horticole au stade de la production et à celui de la distribution. Il réglemente le marché intérieur et dirige le commerce extérieur. Il fixe les prix minima qui sont garantis aux producteurs (avec l'aide en cas de besoin du fonds de compensation) ; il détermine la surface annuelle à planter en espèces principales ainsi que les calibres des bulbes à commercialiser ; il fait surveiller, enfin, l'état sanitaire des bulbes au niveau de la culture et à celui de la commercialisation. Si la culture des variétés secondaires est libre, celle des trois espèces principales, jacinthes, tulipes, narcisses, est réglementée. Pour obtenir une licence de culture, il faut avoir l'accord du « *Landbouwschap* » qui examine les connaissances théoriques et pratiques du paysan. Le « *Produktschap* » détermine ensuite la superficie que le cultivateur aura le droit de consacrer à la bulbiculture. Pour maintenir la qualité des bulbes à un niveau très élevé, la réglementation se soucie des moindres détails : on impose le calibre des bulbes, on interdit la vente des fleurs coupées à partir des bulbes sur les champs de grossissement pour ne pas modifier les cours des fleurs coupées ; on surveille la qualité des bulbes vendus à l'étranger et cela à deux reprises.

Il n'existe pas au monde, pour l'instant, d'autre domaine de l'horticulture qui soit aussi parfaitement organisé. Le « *Landbouw Economisch Institut* » de La Haye, dans ses cinq étages de services, calcule à longueur d'année la rentabilité des cultures. Ses enquêteurs sont reçus par les producteurs et les commerçants non pas comme des représentants d'une bureaucratie inquisitrice à qui l'on doit cacher le plus d'éléments possibles, mais comme des conseillers venus, en amis, rechercher le meilleur moyen de faire tirer le plus grand profit de sa terre au paysan. *Cette mentalité, cette cohésion qui sont bien le propre des populations néerlandaises représentent leur force et leur élément de succès.*

2. - l'extension des surfaces

Les surfaces cultivées, la valeur de la production, l'importance des exportations assurent à la bulbiculture néerlandaise un rôle prépondérant dans le monde. Les superficies cultivées prouvent la progression de cette culture par rapport à l'ensemble des productions horticoles. Les *Tuibouwguids* donnent une idée de ce développement :

Année	Bulbiculture	Horticulture (59)	Pourcentage de la bulbiculture
1950	6.509 ha	136.576 ha	4,75 %
1962	10.620 ha	138.025 ha	7,68 %

(59) Maraîchère et ornementale.

Par contre la valeur de la production croît moins vite : en 1953 les bulbes fournissent un chiffre d'affaires à la production de 95 millions de florins (soit 15,2 % de la valeur totale de la production horticole, représentant 622 millions de florins) et en 1960, 186 millions de florins, soit un pourcentage à peine plus élevé (16, 1 % des 1.149 millions de florins). Les exportations des produits de la bulbiculture montrent une tendance à la stabilisation ; leur extension relative est en effet freinée par les autres productions horticoles, en particulier les fleurs coupées, dont l'écoulement est soumis à des variations annuelles plus importantes. Avec 8 % des surfaces consacrées à l'horticulture florale et maraîchère, la bulbiculture réalise 16 % du chiffre d'affaires et fournit 25 % de la valeur des exportations horticoles des Pays-Bas. Cette culture recherche essentiellement des débouchés étrangers, aussi représente-t-elle la part la plus importante des exportations horticoles ornementales.

Année	Bulbes	Horticulture ornementale en général	Part des bulbes
1960	255,9 mil. fl.	364,4 mil. fl.	70,2 mil. fl.
1962	279,7 mil. fl.	426,9 mil. fl.	65,5 mil. fl.

On sait que la culture et la production des principales espèces de bulbes sont réglementées. Les espèces principales, jacinthes, tulipes, narcisses, ne peuvent être cultivées librement. Davantage de liberté existe dans la culture des espèces secondaires comme celle des glaïeuls, des crocus et des iris qui ne sont soumises qu'à des contrôles de rentabilité économique. Leur superficie de culture ne connaît pas le même essor que les principales catégories de bulbes mais l'aire de culture se déplace actuellement vers le sud-ouest des Pays-Bas. Entre 1950 et 1962 les espèces principales ont gagné 64 % tandis que les espèces secondaires 46 % seulement.

Evolution de la culture des différentes espèces de bulbes (en ha)
(d'après Centraal Bureau voor de Statistik)

	1950	1960	1962	1965
Espèces principales	3.893	5.653	6.406	
Glaïeuls	1.689	2.502	1.553	
Autres bulbes	927	1.662	1.606	
Tulipes				4.803
Jacinthes				809
Total	6.509	9.817	9.565	
Terre en repos	—	599	1.055	
Total général	6.509	10.416	10.620	5.612

Après un effondrement de la production de bulbes pendant la deuxième guerre mondiale, la bulbiculture a retrouvé dans les années 1950 des chiffres comparables à ceux de l'avant-guerre. Dans les quinze dernières années une évolution de la demande a provoqué des changements dans la répartition des principales espèces. Voici la répartition de la production

Année	Jacinthes	Tulipes	Narcisses	Total des bulbes
1939	267 ha	1.771 ha	988 ha	10.240 ha
1953	644 ha	2.841 ha	1.094 ha	8.888 ha
1961	679 ha	3.996 ha	1.270 ha	10.206 ha
1965	841 ha	5.828 ha	1.549 ha	12.239 ha

Les tulipes hâtives ont régressé de moitié en une vingtaine d'années tandis que les

L'HORTICULTURE ORNEMENTALE EN HOLLANDE

Figure 17

LÉGENDE : grisé foncé : zone horticole
grisé clair : zone urbanisée

jacinthes, les tulipes tardives et les narcisses ont dépassé les chiffres de 1939. Les services techniques ont surtout fait porter leurs efforts sur l'augmentation du rendement pour pouvoir consacrer certaines terres à d'autres cultures sans nuire au progrès général de la production. C'est ainsi que le rendement de bulbes est passé en moyenne à l'hectare de 194.450 en 1950 à 234.740 en 1960.

3. - les régions de culture

Les exigences des bulbes sont impératives ; jacinthes et narcisses réclament des sols sableux profonds, pauvres en humus, riches en chaux et pourvus d'une nappe phréatique à niveau convenable (variable d'ailleurs dans l'année). Les terrains sablonneux situés au pied des dunes de Hollande sont le domaine d'élection de la bulbiculture. Les Hollandais s'efforcent cependant d'étendre ailleurs la superficie bulbicole en déblayant des dunes. Lorsque les sols s'appauvrissent par décalcification de l'horizon superficiel, ou deviennent au contraire trop riches en humus, il faut pratiquer des apports de sable frais. On drague vers dix mètres de profondeur le sable humide des lacs intérieurs que l'on répand sur le polder à rénover. Seules les terres de polders conviennent à la bulbiculture. Il ne faut pas s'étonner de ne pas trouver de région bulbicole dans les pays bas-orientaux.

Kennemerland et surtout *Bollenstreek* (voir figure 17) constituent le bastion bulbicole hollandais ; la moitié des surfaces et de la production est concentrée entre les villes de Haarlem au nord et Leyden au sud, on rencontre les grands centres bulbicoles de Hillegom, Lisse, Voorhout, Nordwijk, Sassenheim qui sont aussi le siège des grandes maisons d'expéditions. Franchie la zone industrielle de Haarlem-Ijmuiden, on retrouve, en direction d'Alkmaar, des tuliperaies vers Limmen. Il est certain que cette région du Bollenstreek régresse lentement devant l'invasion urbaine. L'ensemble présente encore la moitié ou plus de la moitié des cultures suivant les espèces : il y a là 560 hectares de jacinthes sur un total national de 707, 1.381 hectares de tulipes sur 4.143 et 719 hectares de narcisses sur 1.170.

L'île de *Texel* produit surtout des narcisses et des crocus. La tulipe, plus résistante que les crocus aux maladies des bulbes, peut prendre sous peu un relais utile. L'île de *Texel*, toute formée de sable, n'a que de faibles ressources hydrauliques. L'eau douce y est rare et son contingentement freine l'expansion de la bulbiculture. C'est le cas aussi du *Wieringermeer* où la nappe phréatique est encore trop salée pour réaliser des conditions parfaites pour la bulbiculture. Le polder de *Breezand* et celui d'*Anna-Paulowna* sont aussi des nouveaux venus à la bulbiculture. Jacinthes et narcisses grossissent vite sur les sols calcaires, ce qui améliore le rendement et fait baisser les prix d'autant plus que le machinisme s'y est développé. Le *Westfriesland* fournissait traditionnellement des pommes de terre hâtives. Dans un but de préservation du sol contre l'épuisement, les services agricoles ont introduit dans la rotation des cultures quelques bulbes : tulipes, iris et glaïeuls. Il en est de même pour le Streek, entre *Hoorn* et *Enkuisen*. Ce fut une réussite, les sols se prêtent à merveille à ce type de culture, la production des bulbes est facilement écoulée grâce aux nombreuses voies de communication (routes et voies d'eau). Le seul goulet d'étranglement est la rareté des hangars de stockage que l'on s'efforce actuellement de multiplier. L'extension des surfaces risque de créer par la fusion des régions poldériennes de *Breezand*, *Anna-Paulowna* et *Wieringermeer-Westfriesland* la première région de bulbiculture des Pays-Bas, dépassant le *Bollenstreek*, d'autant plus que le remembrement des polders (en particulier dans le *Westfriesland oriental*) favorise la constitution des grandes exploitations bulbicoles.

4. - les exploitations

Depuis 1960 les concessions bulbicoles sont faites en fonction inverse des tailles des entreprises. En 1962-63 lorsque les expansions de surface sont définies de 10 % pour les tulipes, de 5 % pour les narcisses et les jacinthes, la répartition entre les entreprises se fait ainsi par rapport à l'année précédente :

De 0 à 50 ares : tulipes + 8 ; 4 % ; narcisses 7 ; 5 % ; jacinthes 10 %.
De 100 à 300 ares : tulipes + 5 ; 4 % ; narcisses 4 ; 5 % ; jacinthes 6 %.

En l'espace de sept ans (1957-1964) le nombre des entreprises a augmenté de 12,8 % et les superficies cultivées de 36,9 %. Dans le même intervalle, la superficie moyenne cultivée par établissement est passée de 52,12 à 63,26 ares.

La répartition des superficies suivant l'importance des exploitations montre la prépondérance dans la fourniture des bulbes, des tulipes par exemple, des petites entreprises qui sont en réalité polycultrices, mettant en culture plusieurs variétés de bulbes et faisant alterner bulbes et produits maraîchers. Les exploitations plus spécialisées dans la production unique des bulbes sont moins nombreuses :

Superficie des exploitations	Nombre d'exploitations	Superficie cultivée
De 0 à 50 ares.....	7.303	1.538 ha
De 50 à 100 ares.....	2.133	1.433 ha
De 100 à 500 ares.....	1.165	1.992 ha
Au-delà de 500 ares.....	43	273ha
TOTAL	10.459	5.455 ha

EVOLUTION DES EXPLOITATIONS BULBICOLES (60)

Superficie en ares	1956-1957		1963-1964		Variation en 1964 par rapport à 1956 (base 100)
	Nombre d'exploitations	Pourcentage du total	Nombre d'exploitations	Pourcentage du total	
De 0 à 10....	2.349	25,1	1.853	17,5	— 21,9 %
De 10 à 20....	2.257	24,1	1.934	18,3	— 14,3 %
De 20 à 30....	1.307	13,9	1.645	15,5	+ 25,9 %
De 30 à 40....	749	8	1.005	9,5	+ 34,2 %
De 40 à 50....	518	5,5	747	7,1	+ 44,2 %
De 50 à 70....	632	6,7	990	9,4	+ 56,6 %
De 70 à 100....	574	6,1	865	8,2	+ 50,7 %
De 100 à 200....	619	6,6	1.000	9,4	+ 61,6 %
De 200 à 300....	179	1,9	269	2,5	+ 50,3 %
De 300 à 500....	91	1	146	1,4	+ 60,4 %
De 500 et plus...	104	1,1	129	1,2	+ 24,0 %
	9.379		10.583		+ 12,8 %

5. - la puissance des bulbiculteurs

L'habitude a été prise de ne considérer que les principales espèces cultivées comme témoins de l'essor de la bulbiculture néerlandaise. Toutes les espèces en réalité connaissent une progression plus ou moins rapide en relation avec la différenciation des goûts de la clientèle suivant les années et les pays. La superficie de bulbiculture est passée de 19.251 ha en 1933 à 9.026 ha en 1946 et 12.239 ha en 1965. Dans l'intervalle la productivité du sol a plus que doublé, ainsi s'explique le faible niveau des superficies par rapport à l'avant-guerre. Les producteurs néerlandais, non contents de satisfaire le monde entier par leur production, s'efforcent d'ajouter de nouvelles espèces. C'est ainsi que depuis 1949 les producteurs du

(60) Blomenbollencultur, 10-1965.

Westland dans des entreprises témoins acclimatent la *Vallota*, fleur à bulbe importée d'Afrique du Sud. Près de Wateringen dans des serres chaudes et en plein air ce bulbe est l'objet de soins attentifs et si sa fleur éclose au milieu de l'été est très originale, cette plante a pour elle un long grossissement (quatre ans au moins) qui nuit à la bonne rentablité de la culture.

Tous les moyens sont employés pour promouvoir les ventes des variétés néerlandaises à l'étranger. On aura l'occasion de souligner le rôle prépondérant que prennent les associations professionnelles néerlandaises dans les campagnes publicitaires en faveur du développement de la vente des fleurs. Par exemple, les producteurs de bulbes de Hollande ont versé en 1965, 24.000 livres au « *Flowers Publicity Council* » pour financer une campagne en faveur des fleurs de printemps en Grande-Bretagne. Cette campagne publicitaire s'appuyait, en plus des traditionnels articles dans la presse britannique, sur la diffusion de six mille affiches aux fleuristes. A aucun moment dans la publicité qui a été faite auprès de la clientèle britannique n'est apparu le nom des fleurs ou des bulbes hollandais. Tel est le type de ces actions publicitaires de masse que les Néerlandais réalisent dans presque tous les pays d'Europe et en Amérique du Nord pour la promotion de leurs ventes, même si une partie de leur campagne profite à d'autres producteurs concurrents. Avec les méthodes employées depuis plus de vingt ans pour commercialiser les produits de leur bulbiculture les Néerlandais ont fait passer l'horticulture ornementale du simple élément de la production agricole à un poste essentiel du commerce extérieur de leur pays et ont créé, autour de leurs produits, un contexte commercial et financier dont la puissance est sans comparaison avec la valeur des produits obtenus.

Leur action a dépassé le cadre des frontières et dans presque tous les pays d'Europe où des champs de grossissement ont été installés, un technicien néerlandais, émissaire des puissantes entreprises de Hollande ou de Zélande, est venu surveiller la production et souvent participer au financement de l'entreprise. De la Picardie à la Bretagne et à la région toulonnaise en France, de la Maremme Toscane à l'Apulie, de la Sicile au Rand Sud Africain, les Néerlandais contrôlent, de près ou de loin, toutes les cultures de bulbes. Quand ils n'ont pas eux-mêmes mis en place les cultures ils surveillent la commercialisation, adaptant les bulbes au climat local, utilisant les différences saisonnières pour équilibrer la production de bulbes, commercialisant dans une très large part les productions nationales. On a parlé à juste titre de monopole, et si des difficultés existent, les Néerlandais les font partager aux autres pays producteurs et consommateurs. Ils se plaignent des progrès de la concurrence étrangère mais ont contribué pour une large part à la constituer.

4. La pépinière ornementale

1. un centre de réputation mondiale

A vingt-cinq kilomètres au nord-ouest de Rotterdam, entre l'Oude-Rijn et le Lek, dans un polder de profondeur variable (de — 1 à — 4 mètres) s'étend la zone de pépinières dont le centre est Boskoop (voir carte) mais où la ville de Gouda exerce son influence grâce à un certain nombre d'éléments bancaires et financiers. L'ensemble est drainé par le canal de Gouwe qui écoule ses eaux vers l'Amstel au nord. Le sol est formé d'une tourbière basse avec une nappe phréatique à cinquante centimètres. La haute teneur en eau de ce sol est favorable à la pépinière. Dans un rayon de quatre kilomètres autour de *Boskoop*, les villages d'*Alphen an Rijn, Hazerswoude, Waddinxveen, Reeuwijk* et *Zwammerdam* regroupent l'essentiel des terres consacrées à ces cultures. La superficie en culture varie suivant des périodes de plusieurs années, en liaison avec la vitesse de croissance des arbres et les possibilités de vente. Jusqu'en 1880 *Boskoop* était le seul centre de pépinières des Pays-Bas. Au début de ce siècle il

s'est spécialisé dans la culture des arbres et arbustes ornementaux (rhododendrons, azalées, rosiers, conifères), les arbres fruitiers furent élevés ailleurs.

Les exploitations se partagent entre différentes catégories d'importance inégale. Les *producteurs pépiniéristes* sont les plus nombreux : ils sont uniquement spécialisés dans la culture de plants ornementaux. Leur nombre est de 1.100 environ. Ils ne disposent que de petites superficies, le plus souvent leur exploitation ne dépasse pas cinq mille mètres carrés. Le travail est pénible et il s'appuie essentiellement sur une main-d'œuvre familiale. L'exploitation moyenne, travaillée par deux hommes est de 70 ares (exceptionnelles sont les exploitations de plus de 2 hectares). Beaucoup de ces petits producteurs ne peuvent se permettre d'employer une main-d'œuvre salariée. Il arrive toutefois que des ouvriers soient employés ; alors dans l'année ils louent leurs services à plusieurs patrons d'exploitations qui ne produisent pas les mêmes arbres. Le quart de la superficie est occupé par ces exploitations familiales qui couvraient 650 hectares pour 933 exploitations en 1957 et qui atteignent en 1964 (y compris deux autres centres secondaires de culture) 3.142 hectares.

SUPERFICIE EN PÉPINIÈRE ORNEMENTALE - 1964

	En hectares
Plantes de parcs et jardins	1.342
Rosiers	628
Rhododendrons, azalées	122
Conifères ornementaux	302
Autres arbustes	748
TOTAL	3.142

Ces petits producteurs sont souvent liés par contrat à la deuxième catégorie qui est celle des *producteurs-exportateurs*. Ces derniers possèdent tout d'abord de plus vastes surfaces (de deux à cinq hectares, rarement davantage). Ils éditent un catalogue et il leur arrive d'offrir à la clientèle certains arbres qu'ils ne possèdent pas. Ils comptent s'approvisionner, en cas de demande, chez de petits producteurs. En effet il faut d'une à quatre années suivant les espèces pour obtenir un arbuste prêt à la vente. Le négociant doit donc prévoir parfois quatre ans en avance quels seront les goûts de la clientèle et si possible estimer l'importance de la demande qui sera faite sur tel ou tel produit. On a vu déjà cette situation à propos des pépiniéristes du Val de la Loire ; la situation est commune pour tous les producteurs de plants ornementaux, elle est parfois moins difficile pour les producteurs de plants forestiers dans la mesure où ces derniers savent que la demande ne peut porter que sur quelques espèces principales et où ils peuvent tenir compte des commandes de l'administration. A la tête des producteurs commerçants néerlandais se placent une dizaine de maisons très importantes qui s'efforcent d'écouler leur marchandise en Europe et surtout dans la C.E.E. Mais l'on sait que les pépiniéristes rencontrent l'obstacle du poids de leurs arbustes ce qui en limite l'aire de diffusion.

Enfin, des *commerçants*, qui ne sont pas producteurs, commercialisent la production de petits exploitants. Ces derniers leur sont le plus souvent soumis : ils subissent la loi des prix imposés par les diffuseurs des produits ornementaux, aussi cherchent-ils à passer dans la catégorie des producteurs-exportateurs, ce qui leur permet d'éviter ce pressant intermédiaire. Pour parvenir dans cette catégorie, il leur faut posséder suffisamment de terre pour pouvoir offrir une vente plus ample.

2. les produits

Les principaux produits élaborés dans la région de Boskoop sont tout d'abord les azalées, puis les rhododendrons, puis les rosiers, les arbres ornementaux les plus divers, les

conifères et enfin les plantes vivaces. Boskoop possède plus de la moitié de ces exploitations (492 en 1962 sur un total de 933), puis Hazerswoude 188, Alphen an den Rijn 144, soit un total de 824 pour ces trois bourgades, soit encore neuf dixièmes des exploitations pépiniéristes pures. Le reste se trouve à l'est du canal de Gouwe (Zwammerden, 28 ; Reeuwijk, 58) ou au sud à Waddinxveen, 23.

Suivant les cultures entreprises, les exploitations familiales doivent parfois employer de la main-d'œuvre, selon les surfaces dont on dispose. En effet il faut théoriquement (d'après les calculs du L.E.I.), deux hommes pour cultiver un hectare de rosiers ou de plants de rosiers (61) ; il en faut 3,33 pour un hectare de conifères, de rhododendrons ou d'azalées, 2,22 hommes pour un hectare d'arbustes et de plantes vivaces ; 0,29 homme par *are* de pépinières sous verre. Ainsi les productions sont étroitement imposées par la superficie dont dispose le pépiniériste. Certains, parce qu'ils ont su choisir la bonne culture, retirent davantage de profit pour un même travail que d'autres moins heureux.

Etant donné l'importance de la demande intérieure, ce ne sont que quelques spécialités qui sont vendues à l'étranger.

Les autres centres de pépinières ornementales sont situés à *Bussum-Naarden*, sur les bords de l'Ijsselmeer, au sud-est immédiat d'Amsterdam. Cet ensemble est d'ailleurs partiellement rattaché par des intérêts financiers au centre principal de Boskoop et une partie de la production est commercialisée sous l'égide des pépiniéristes et par l'intermédiaire des catalogues publiés à Boskoop. En Brabant septentrional, à une quinzaine de kilomètres à l'ouest de *Breda*, *Oudenbosch*, et sur la route de Breda à Anvers, *Zundert*, représentent un petit centre des pépinières ornementales. La pépinière est ici surtout spécialisée dans la fourniture aux jardins privés et publics, tandis que cette spécialité et celle des pépinières forestières se rencontrent à *Ophensden* et *Veendam*.

A l'heure actuelle un certain nombre de difficultés ont surgi dans le secteur des pépinières. D'une part, les pépiniéristes développent leur production mais, en dehors des arbustes et des azalées, se heurtent à un marché intérieur proche de la saturation. En outre, la concurrence sur les marchés étrangers est très vive. Belges et Allemands, Danois et Français ont de plus en plus tendance à couvrir leurs besoins et, en dehors de quelques espèces privilégiées qui franchissent les frontières, les arbustes plus que les arbres s'écoulent difficilement. Le nombre des pépiniéristes ornementaux est cependant en progrès, 3.031 en 1964 contre 2.809 en 1961 ; de l'avis unanime des professionnels de l'Europe, tous s'accordent à dire que le centre de Boskoop est en perte de vitesse. Les uns expliquent cette tendance par la médiocre qualité des produits exportés (en réalité souvent par les difficultés d'adaptation à un autre climat), d'autres font appel à la concurrence internationale et à un sursaut des Belges dans le domaine des plantes arbustives. Quoi qu'il en soit le centre de Boskoop traverse à coup sûr des moments délicats et cela est d'autant plus net que les petits producteurs s'efforcent d'affirmer leur indépendance par rapport aux principaux pépiniéristes qui ont longtemps monopolisé la production et réalisé l'essentiel de la commercialisation. En 1963 on a même vu un pépiniériste de Boskoop, soucieux d'échapper à la tutelle des gros commerçants, faire le tour de la France du Nord puis gagner à bicyclette la vallée de la Loire pour tenter d'établir des contacts commerciaux avec les principaux pépiniéristes de notre pays. Le nombre de ces petits producteurs est de près de cinq cents, désireux d'organiser pour leur propre compte la commercialisation de leur marchandise. Il n'existe en effet que quatre cent trois exportateurs reconnus par les services officiels, c'est-à-dire un pépiniériste sur sept. Le tempérament acharné et âpre des gens de Boskoop comme de tous les Hollandais fera sans doute triompher de la crise ces gens désireux d'améliorer leurs conditions.

Dans deux domaines, ceux de la bulbiculture et de la pépinière on assiste à une lutte constante dans la recherche des débouchés étrangers. Les Pays-Bas, plus encore peut-être dans leur production de fleurs coupées, sont dépendants de l'étranger pour leur réussite.

---

(61) L.E.I. : Verslagen. Rentabiliteit van de boomkwekerij in Boskoop. 1962.

5. La floriculture

Au long d'un demi-siècle d'horticulture néerlandaise, on note une évolution sensible des surfaces et une répartition nuancée des rôles tenus par chaque catégorie de production, en hectares.

	1912	1928	1939	1948	1956	1964	1965
Bulbiculture	5.895	8.228	7.339	5.935	9.287	11.708	12.239
Floriculture	461	1.120	1.233	1.369	1.302	1.818	1.933
dont sous serre	52	175	286	301	419	782	901
Arboriculture ornementale.	2.527	2.803	2.346	3.146	2.752	2.893	3.274

La décennie 1929-1939 marque ainsi dans l'évolution de l'horticulture néerlandaise un moment décisif : c'est la période de régression des surfaces et d'organisation de la profession. La crise économique mondiale des années 1929-32 provoque un arrêt brusque dans l'expansion de l'horticulture. La plupart des pays voisins limitent leurs importations et fixent des contingentements. Aussi les horticulteurs néerlandais doivent-ils se plier, bon gré mal gré, à une limitation des surfaces cultivées, à des restrictions de cultures, à l'acceptation de prix minima et à une intervention massive des pouvoirs publics. La seconde guerre mondiale encouragea les producteurs à augmenter surfaces et rendements mais les produits horticoles comestibles l'emportèrent sur la floriculture. Cette période fut marquée par le souci de protéger les espèces qui faisaient la renommée des Hollandais. Les producteurs se groupèrent pour chauffer quelques serres qui conservaient le patrimoine horticole dans l'attente d'un retour de jours meilleurs. L'obstacle de la seconde guerre mondiale franchi, tous les organismes étaient prêts pour réaliser, dans la coordination, l'essor décisif de la production. Dès 1945 les cultures en effet marquent des progrès spectaculaires. A *Aalsmeer* par exemple le chiffre d'affaires réalisé par les deux marchés passe de 4 millions de florins en 1935 à 5 millions en 1940, 19,7 millions en 1945 et 20,8 millions en 1950. La reprise est beaucoup plus rapide qu'en Ligurie par exemple. Ainsi dans les vingt dernières années, la floriculture néerlandaise est devenue, comme la bulbiculture, en superficie et en valeur, une des premières du monde.

1. l'évolution des surfaces

L'évolution des superficies est brièvement retracée dans le tableau ci-après (62) :

	1948 (ha)	1952 (ha)	1956 (ha)	1958 (ha)	1964 (ha)	1965
Pleine terre, avec lilas	1.068	898	883	976	1.036	1.032
Sous verre, en châssis	41	42	41	47	60	—
en serre	260	253	378	455	782	901
dont rosiers	62	54	63	—	171	—
œillets	40	64	101	—	164	—
plantes en pots ..	49	41	51	—	90	—

En 1965, 14.850 producteurs sont intéressés par la floriculture (en 1964 : 12.062 floriculteurs et 3.031 pépiniéristes ornementaux) mais beaucoup, sauf à Aalsmeer, sont aussi des maraîchers. La superficie de 1.933 hectares de cultures florales atteint un chiffre record, et

(62) Rijkstuinbouwconsulent voor de Bloementeelt te Aalsmeer.

les organismes professionnels prévoient et surveillent une expansion raisonnable pour les années qui viennent. La valeur de la production, au niveau des exploitations suit le développement des surfaces.

On constate cependant une dispersion territoriale moins homogène en floriculture qu'en bulbiculture. La possibilité de construire des serres dans presque toutes les régions du territoire favorise l'extension, en apparence désordonnée, de cette spéculation. La tendance est à un accroissement très marqué des surfaces sous verre tandis que la production de plein air subit une relative stagnation. Les progrès s'expliquent par l'essor des centres diffus dans les provinces de Hollande et d'Utrecht où la culture est surtout réalisée sous abri.

En une dizaine d'années la superficie des serres floricoles a été plus que doublée et a atteint plus de sept cents hectares. La situation géographique aidant, le centre d'*Aalsmeer* au sud d'Amsterdam a le plus bénéficié de cet accroissement, de même que toute la *Veenstreek*. Dans le *Westland*, la floriculture n'est que l'appoint des cultures maraîchères et les freesias et les chrysanthèmes sont les fleurs principales. *Rijnsburg* s'est spécialisé dans le forçage des bulbes à fleurs. Les deux centres cependant se lancent dans la culture des fleurs coupées. D'autres centres moins importants sont le *Kennemerland, Utrecht, Paterswolde* et *Lent-Nijmegen*. Dans tout le pays il y a un grand nombre de petites exploitations qui commercialisent leur production à la ville voisine, le plus souvent en mettant l'accent sur les plantes en pots.

2. Les espèces cultivées

Les fleurs coupées les plus fréquemment cultivées sont les roses, les œillets, suivis des chrysanthèmes, des freesias et des tulipes. Voici la répartition en pourcentage du chiffre d'affaires de quatre principales coopératives de vente selon les produits écoulés, pour l'année 1964 (63).

	Centrale Aalsmeerse Veiling	Bloemenlust Aalsmeer	Rijnsburg	Westland
Œillets	22	18	12	19
Chrysanthèmes	4	2	9	25
Freesias	5	6	6	27
Roses	17	64	1	5
Asparagus	1	—	—	—
Fleurs de bulbes	4	—	51	2
Plantes en pots	31	—	—	4
Autres	16	10	21	11

La superficie des cultures de rosiers sous serre a doublé en deux ans, passant en 1963 à 100 hectares contre 49 l'année précédente. *Aalsmeer* est le principal centre de production, suivi de *Groningue, Vleuten*, puis des centres dispersés dans la *Veenstreek*, le *Kennemerland* et le *Westland*. Les hybrides *thé* (*Rosa Chinensis*) représentent 95 % de la production, les 5 % sont des *Polyantha*. Actuellement une exploitation de rosiers sous verre est plus rentable qu'une culture d'œillets. La lutte contre les parasites étant devenue efficace, on a moins besoin de cultiver des espèces résistantes comme les œillets, et comme par ailleurs les roses obtiennent des cotations plus élevées grâce à de nouvelles variétés (la *Baccara* bien sûr, mais aussi *Super Star, Pink Sensation, New Yorker, Tawny Gold, Verhagen*). La production est surtout abondante de mai à octobre ; la variété la plus cultivée est la *Parel Van Aalsmeer*,

(63) Rapport annuel C.A.V., Verslag, 1964.
Voir aussi : R.H. 7, 1961. Aalsmeer et son marché.
AALSMEER, 40e anniversaire. C.A.V. et Blœmenlust, Amsterdam, 1950.

mais la *Baccara* a fait les plus grands progrès ; quel que soit le mois de production elle obtient les cotations les plus élevées. L'Institut d'Expérimentation de La Haye obtient 90 *Baccara* ou 150 *Parel Van Aalsmeer* par mètre carré et par an, mais la *Baccara* est quand même la plus rentable.

Les plus importantes plantes en pots cultivées sont les *cyclamens*, les *azalées* (Aalsmeer a en culture un demi-million d'azalées), les *anthuriums*, mais la production s'étale sur une soixantaine d'espèces et de variétés. Un grand nombre d'établissements se sont spécialisés dans la multiplication des boutures ou des jeunes plants d'*œillets*, de *chrysanthèmes*, de *cyclamens*, de *bégonias*, de *fougères*, d'*anthuriums* et de *gerberas*. Pour les *cyclamens*, Aalsmeer n'en produit que le tiers du total néerlandais. Ainsi les Pays-Bas possèdent un grand centre de floriculture à proximité de l'agglomération amstellodamoise et des zones plus diffuses dans la moitié occidentale du pays.

3. le centre d'Aalsmeer

Aalsmeer est devenu dans le courant du vingtième siècle aussi célèbre dans le domaine floral que Nice. La formation de ce centre est plus récente et plus lente et s'il atteint à l'heure actuelle l'importance de la région niçoise il le doit à la puissance de sa publicité et de son réseau de vente. Il est de très loin le premier centre horticole de l'Europe du Nord-Ouest, groupant la moitié des surfaces sous verre et le quart des superficies en plein air des Pays-Bas. Aalsmeer fait partie de la grande banlieue méridionale d'Amsterdam. Il ne faut que seize kilomètres d'autoroute pour se rendre du centre floral au cœur de la grande cité. Aalsmeer a longtemps été un petit village de cultivateurs et de pêcheurs au centre d'une vaste région de tourbières. L'étendue d'eau du Westeinder, et sa profondeur, résultent de l'importance des extractions de tourbe au cours des siècles précédents.

Au seizième siècle des documents témoignent de l'existence de cultures florales, il faut attendre cependant le début du dix-septième siècle pour assister au développement de l'horticulture. On choisit d'abord de produire des arbres et des arbustes d'ornement, associés au courant du dix-huitième siècle à quelques plantes à fleurs et au dix-neuvième siècle à la culture des fraisiers qui devint vite essentielle.

Les cultures florales s'étendent sur une dizaine de kilomètres en bordure des polders de l'*Haarlemmermeer* et du *Stommeer*, là où jadis les vagues de tempêtes venaient détruire les cultures arbustives des paysans d'Aalsmeer (voir photos 13). Entre l'autoroute Amsterdam-La Haye et les rivages du *Westeinder plas* la région floricole se compose de deux parties bien distinctes. D'une part l'ancienne zone tourbeuse qui est appelée le *haut pays* et porte le village d'Aalsmeer et d'autre part une zone de polders argileux dont la hauteur est de trois à cinq mètres au-dessous du niveau de la mer. La nappe phréatique est à quarante centimètres de profondeur en moyenne. Dans le *haut pays* les cultures principales sont les plantes en pots (qui croissent dans la tourbe draguée dans le *Westeinder*), les plants pour parterres et les arbustes forcés comme les lilas, les chrysanthèmes et les dahlias et de plus en plus les œillets. Dans le *bas polder* d'Aalsmeer où la nappe phréatique baisse parfois jusqu'à quatre-vingts centimètres de profondeur, l'œillet l'emporte sur les autres fleurs coupées et en particulier les rosiers. Les services officiels encouragent l'extension de la rosiculture pour diminuer les dépenses de main-d'œuvre afférentes à la dianthiculture. Les exploitations couvrent près de 600 hectares de culture réparties en 1.075 entreprises employant 3.196 personnes. La petite entreprise est fréquente, 321 exploitations sont uniquement familiales, mais quelques exploitations sont très puissantes. Les serres occupent 350 hectares. Dans les exploitations de fleurs coupées les superficies sous verre sont de 2.500 à 3.000 mètres carrés en moyenne. Les exploitations de plantes en pots sont plus petites et ne dépassent pas en moyenne 800 mètres carrés sous verre. Toutefois la plus importante des exploitations de fleurs coupées a deux hectares sous verre.

La main-d'œuvre est très inégalement répartie suivant les exploitations. Beaucoup d'entreprises familiales ne font appel qu'à un seul ouvrier ; les plus grandes affaires ont soixante à soixante-dix employés, surtout si elles ont un secteur de production de jeunes plants et de boutures. La population d'Aalsmeer, qui ne dépasse pas seize mille habitants, vit

13, 13[bis]. LE POLDER D'AALSMEER

Les eaux du Westeinder (en haut) donnent des sols lourds favorables aux arbustes (lilas) cultivés au premier plan, aux abords immédiats d'Aalsmeer.

La vue vers le nord du polder d'Aalsmeer (photo du bas) laisse deviner quelques-unes des entreprises dont les serres couvrent des centaines d'hectares. Un excellent réseau de communications dessert Aalsmeer et ses deux marchés. Au premier plan, le parc à camions d'une des deux veilingen.

tout entière directement ou indirectement, de la production et du commerce des fleurs ; en effet, 60 % des exploitations emploient une main-d'œuvre salariée. Comme sur la Côte d'Azur ou en Ligurie, toutes les espèces florales sont cultivées. Les deux principaux produits, œillets et roses, auxquels il faut adjoindre les chrysanthèmes, l'emportent toute l'année, tandis que, suivant les saisons, les autres fleurs fournissent des compléments plus ou moins abondants.

L'exploitation Van S... est l'une des principales d'Aalsmeer (voir photo 14). On la prendra pour représentative des grandes entreprises horticoles qui prennent une part prépondérante à la puissance horticole hollandaise. L'exploitation occupe sept hectares de superficie dont trois hectares de serres. Montés sur rails les blocs-serres couvrent donc presque toute l'exploitation si l'on tient compte d'un repos partiel de la terre. Deux puissantes unités de chauffage dispensent la chaleur nécessaire à la croissance et au forçage des plantes. En bordure, l'exploitation comprend quelques maisons pour une partie du personnel, en plus des vastes halls d'emballage et des bureaux administratifs. Le personnel comprend une centaine de personnes dont le dixième est formé de *cols blancs* : chercheurs, dactylos, secrétaires interprètes, directeurs. En outre la firme dispose de cinq représentants en Italie, Allemagne, et Suède. Chaque année un luxueux catalogue est publié en quatre langues, néerlandais, allemand, italien et français. De plus les principaux produits vendus, œillets, freesias, font l'objet d'un tirage spécial : à l'intérieur d'une couverture en papier glacé est contenu un texte ronéotypé traitant de la culture et de la production de la fleur, et cela dans les quatre langues. Les secrétaires de la firme sont chargés de cette rédaction.

La firme Van S... a lancé sur le marché européen une série de boutures dites « *Elite* » sans virus : les Sim, les freesias sont cultivés sur du quartz (selon l'avis des chercheurs plus pur que la perlite) et ils obtiennent des boutures absolument indemnes de virus. La publicité a fait connaître la firme en Europe tout entière et la clientèle des horticulteurs couvre tous les pays, mais aussi l'Amérique (Etats-Unis, Canada et Argentine) et l'Afrique (Rhodésie). Le directeur de l'entreprise et ses filles s'occupent plus spécialement de la recherche laissant aux sous-directeurs la responsabilité du fonctionnement commercial. Cette puissante firme a obtenu des succès internationaux hors de pair : deux médailles d'or et d'argent à Stuttgart en 1961, prix d'honneur aux « *Fiori del Mondo* » à Turin en 1961 : premier prix à la « *Westfriese Flora Bovenkarspel 1962* », médaille d'argent de la Reine au « *Hofstadbloem* » de La Haye en 1962, quatre médailles d'or et d'argent à l'*I.G.A. Hambourg 1963.*

Cette magnifique entreprise n'offre pas moins de deux cents variétés réparties en une vingtaine d'espèces allant des classiques *œillets* et *freesias* aux *ornithogalum* (orchidées) et aux *plantes en pots.*

La recherche de la qualité en s'appuyant sur une sélection rigoureuse, un personnel qualifié, ont fait de cette entreprise l'une des principales d'Aalsmeer et des Pays-Bas. Son dynamisme, son expansion économique impressionnent vivement le visiteur habitué dans d'autres pays, Allemagne ou Belgique, à plus de traditionalisme.

A Aalsmeer la production de certaines fleurs est remarquable : glaïeuls, chrysanthèmes, roses, violettes doubles, gerberas, ornithogalum, œillets ont connu des accroissements de l'ordre de 17 à 77 % en cinq ans ; gloxinia, poinsettia, crassula et tagetes sont les plantes en pots en faveur auprès des acheteurs et leur progression est plus rapide que celle des classiques azalées et cyclamens. Les roses ont comblé leur retard sur les œillets.

QUANTITÉS PRODUITES ET PRIX MOYENS A AALSMEER (64)

	1962		1964	
	Unités	Prix moyen	Unités	Prix moyen
Œillets	162.946.000	0,14 fl.	206.867.000	0,14 fl.
Roses	122.788.000	0,20 fl.	192.295.000	0,19 fl.
Anthuriums	293.000	2,4 fl.	324.000	2,9 fl.
Azalées	797.000	1,9 fl.	1.134.000	1,8 fl.
Cyclamens	2.130.000	1,4 fl.	2.400.000	1,6 fl.

(64) Rapports annuels C.A.V.

Le centre d'Aalsmeer est en train de s'étendre tout autour du *Westeinder plas* : la région dite *De Venen* devient un centre de floriculture avec les villages de De Kwakel, Langeraar, Roelofarendsveen. Les fleurs coupées qui y sont produites sont le plus souvent vendues à Aalsmeer (bulbes, chrysanthèmes et freesias).

Les producteurs d'Aalsmeer ont été les premiers à utiliser — et cela dès 1912 — le système de vente aux enchères descendantes qui leur assure aujourd'hui un rôle prépondérant en Europe. La commercialisation est ici favorisée par la position géographique exceptionnelle d'Aalsmeer. La voie ferrée directe sur la Gare Centrale d'Amsterdam, l'autoroute E 10 qui passe à trois kilomètres des marchés aux fleurs et qui facilite l'évacuation par les poids lourds, l'aéroport international de Schipol-Amsterdam dont les pistes arrivent aux portes mêmes d'Aalsmeer, sont des avantages que seul le M.I.N. de Nice-Saint-Augustin possède également en Europe. Les grands marchés de consommation sont donc facilement desservis par des réseaux de communications bien tracés, variés et efficaces : une fleur vendue le matin à Aalsmeer peut être offerte l'après-midi à Stockholm.

Les autres centres de floriculture néerlandaise sont plus modestes. Rijnsburg s'est spécialisé dans les fleurs coupées de pleine terre (freesias et chrysanthèmes) et dans le forçage des bulbes, mais les fleurs restent secondaires par rapport à la production massive de légumes. Dans le *Westland*, c'est-à-dire dans le triangle La Haye-Rotterdam-Hoek van Holland, cent hectares sont consacrés aux fleurs sous serre. *Honseldersdijk* produit autant de freesias qu'Aalsmeer. Aux environs de *Berkel-Rodenrijk* on cultive des chrysanthèmes, des freesias et des œillets. A *Lent*, près de Nimègue, on pratique la culture des plantes en pots et surtout du *pélargonium*. Les autres centres dispersés sont le *Kennemerland* avec *Henlo* et *Limmen*, *Utrecht* et *Paterswolde*. En *Westfriesland* un petit centre naît à *Bommlerwaard*, et en *Nord-Brabant* il en est de même à *Venlo*.

La floriculture néerlandaise est donc de plus en plus puissante, organisée, et pénètre par l'intermédiaire de ses produits très variés dans tous les pays d'Europe où elle concurrence les fleurs des régions méditerranéennes et celles de production locale. Les plants de pépinières sont également réputés, mais plus difficiles à écouler à l'étranger. Le marché des bulbes est lui aussi dominé, dans le monde, par la production néerlandaise qui a établi, on le sait, un véritable monopole.

II. LA BELGIQUE

Petit pays au cœur de l'Europe industrielle, la Belgique occupe une place de choix dans la production ornementale. Ses produits sont connus en Europe entière et certains alimentent même un courant d'exportation vers l'Amérique du Nord. La Belgique possède deux secteurs horticoles bien différents, les fleurs coupées, dont la production est insuffisante pour couvrir les besoins de la demande intérieure, et les plantes en pots, dont le renom international n'est plus à faire et qui occupent une place de choix dans les exportations. Le marché intérieur est cependant assez vaste pour avoir suscité la création de zones horticoles, mais dès les débuts de la spécialisation des producteurs gantois les quantités fournies ont été trop fortes et leur écoulement a rencontré de nombreuses difficultés. Pendant une trentaine d'années les Gantois ont été les maîtres absolus du marché européen des plantes en pots et surtout des azalées ; la seconde guerre mondiale leur a porté un coup sensible. Ils restent dans certains secteurs à la tête de la production horticole, mais la concurrence, comme on le verra, s'est partout éveillée et a créé une situation parfois difficile en Flandre orientale.

1. La Flandre orientale, principal foyer horticole

Les Flamands ont pour eux une longue expérience du travail difficile et minutieux : excellents agriculteurs, ayant inventé des systèmes de plus en plus intensifs et complexes au cours des siècles, durs à la tâche et ardents à bien faire, soucieux du bon renom de leurs produits, ils ont acquis sur le plan européen une solide réputation qui n'est pas surfaite. L'ancienneté de leur technique est aussi leur faiblesse : beaucoup d'entreprises sont séculaires, la tradition familiale transmise de père en fils, à côté de ce qu'elle a de bon et de profitable, comporte une part de routine, de méfiance vis-à-vis de nouvelles méthodes et a traduit souvent en Belgique un esprit paysan que l'on ne retrouve pas souvent dans ce domaine de l'agriculture. L'esprit d'entreprise, la hardiesse des conceptions touchant au développement de l'horticulture étaient rares, tous s'en tenaient à l'acquit et à la certitude d'une primauté que pendant longtemps personne ne songea à leur disputer. L'équipement des exploitations subit cet état d'esprit ; beaucoup d'installations sont vétustes, mais, parce qu'elles sont entretenues avec le plus grand soin par une main-d'œuvre consciencieuse, conservent une apparence d'opulence et de modernisme.

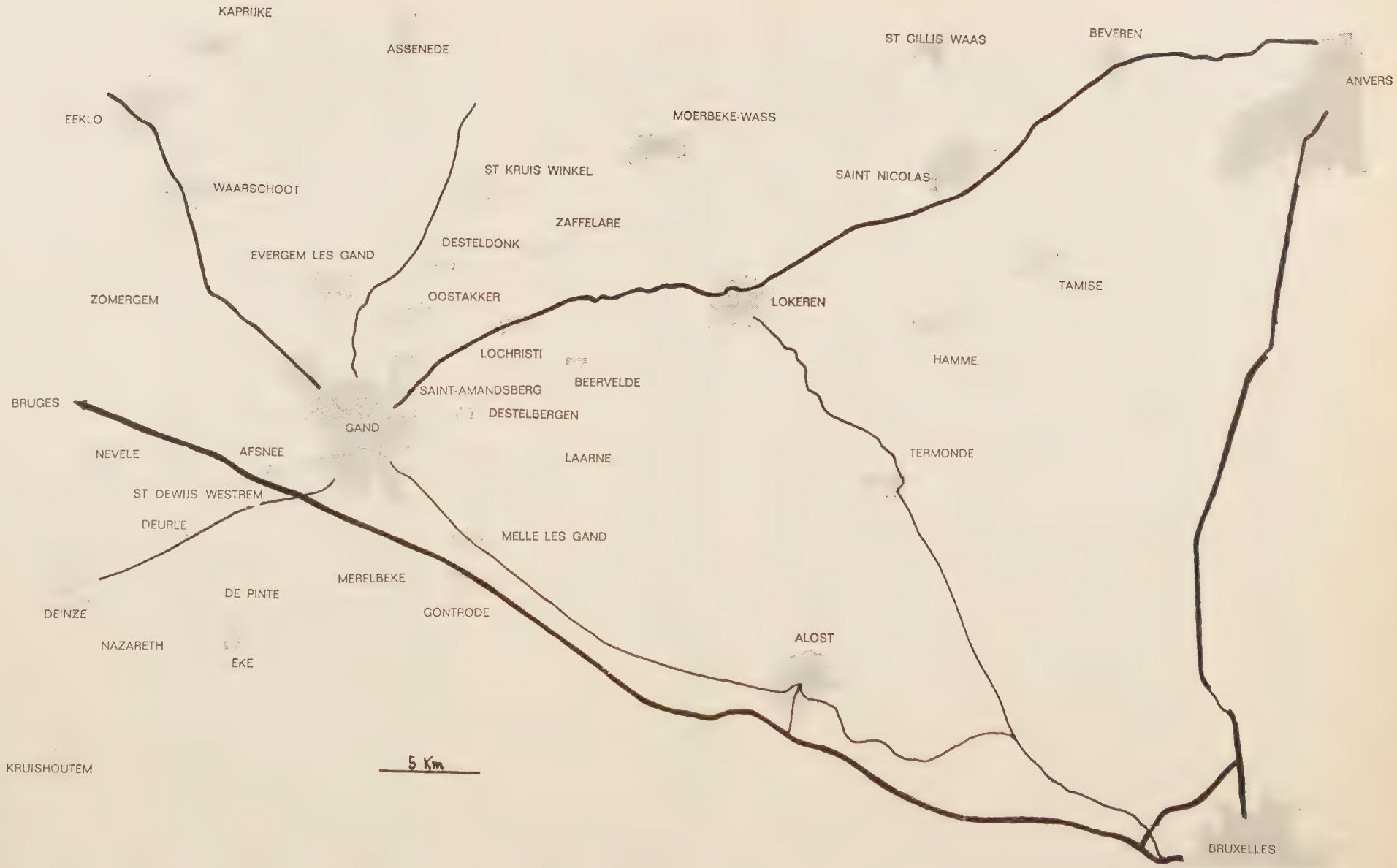
Dans un tel contexte économique et humain, il n'est pas étonnant de rencontrer d'importantes superficies consacrées à l'horticulture ornementale. La répartition des surfaces en 1963 est la suivante : 786 hectares de cultures en plein air de fleurs, bulbes à fleurs, fleurs à couper et plantes ornementales, toutes destinées à la vente ; 502 hectares de pépinières ornementales ; 296 hectares de cultures sous verre. Ces superficies sont toutefois en augmentation importante depuis la guerre, bien que la tradition horticole remonte à plusieurs siècles.

En effet, depuis le Moyen Age, les marins flamands et les navigateurs de l'Europe entière qui abordaient dans les ports flamands ont apporté des plantes, des bulbes, des arbustes de régions lointaines, de Méditerranée d'abord, d'Afrique et d'Asie ensuite, d'Amérique enfin. Certains affirment que les barons de la première croisade ramenèrent des bulbes de tulipes de Cappadoce et des rosiers de la région de Constantinople. Il est certain que les liens économiques et politiques étroits entretenus avec la Cour d'Angleterre et la bourgeoisie marchande du bassin de Londres ont incité les Flamands, premiers agriculteurs du Moyen Age, à fournir les plus beaux de leurs produits aux marchés d'outre-Manche. Il est à retenir également qu'une masse princière et bourgeoise riche vivait à Bruges, Gand, Anvers et Bruxelles et qu'une partie des fortunes des villes drapantes est allée s'investir dans des achats de terres et a ainsi favorisé l'horticulture.

Dès le dix-septième siècle les Flamands sont connus pour leurs productions de plantes en pots, et ils vendent en Europe des tulipes, des œillets et des rosiers en pots de terre ou de céramique. Le traité de Münster en 1648 porte un coup sensible à l'expansion de la floriculture belge. Désireuses d'empêcher le développement d'Anvers, les Provinces Unies annexent les bouches de l'Escaut et entravent la navigation. Aussi le dix-huitième siècle montre-t-il une horticulture belge quelque peu à la remorque de l'horticulture hollandaise. Les idées, les nouveautés, les variétés arrivent alors du jardin botanique de Leiden (créé dès 1587) et dont la renommée au Siècle des Lumières est européenne. Gand prend la tête du renouveau à la fin du siècle. Des entreprises agricoles se lancent dans la production des fleurs et des plantes et trouvent un débouché important à la cour napoléonienne. Frans Van Cassel crée en 1808 la *Société d'Agriculture et de Botanique de Gand* qui devient dix ans plus tard la *Société Royale d'Agriculture et de Botanique* organisant les premières expositions florales, ancêtres des très belles *Floralies Gantoises.*

Le dix-neuvième siècle sera sans doute le siècle d'or de l'horticulture ornementale belge. Les azalées ramenées de Java et de Chine depuis 1680, les bégonias introduits par le moine

Figure 18



L'HORTICULTURE ORNEMENTALE FLAMANDE

botaniste Charles Plumier sont devenus tellement célèbres que le tsar Alexandre Ier commande en 1815 à une entreprise gantoise pour 32.000 francs de plantes ornementales ; il donne ainsi le départ aux grandes exportations. Pendant l'année 1817 des ventes sont effectuées non plus seulement en France, mais en Allemagne, en Hollande, en Russie et bien entendu au Royaume-Uni. La valeur des exportations pour 1837 est d'un million et demi de francs. L'importance en est telle que les producteurs deviennent plus nombreux. A la fin du siècle les Flamands produisent et vendent les plantes exotiques ramenées par les grands explorateurs. Les *Floralies Gantoises* de 1875 affirment le triomphe des azalées, celles de 1880 voient apparaître les orchidées. Cependant, des la fin du siècle, avec le développement des voies ferrées en Europe continentale et le percement des grands tunnels alpins qui mettent facilement le monde méditerranéen en contact avec les pays de l'Europe centrale, la concurrence devient vive et en 1878 les producteurs belges de fleurs coupées demandent une protection douanière pour leurs cultures.

2. La répartition des cultures

L'espace est souvent trop rare dans les banlieues et le prix de la terre devient prohibitif pour les agriculteurs tentés par la culture des plantes ornementales en plein air qui demandent une certaine alternance sur les sols. Aussi en vient-on rapidement à la spécialisation originale de la Belgique et de la Flandre en particulier. La concentration horticole s'opère dans une seule région, de Gand à Anvers, délimitée au sud-est par l'Escaut et au nord-ouest par le canal de Terneuzen (voir fig. 18). La première moitié du vingtième siècle permet aux Flamands de développer leurs cultures et d'affirmer leur puissance. Depuis 1945 toutefois les fleurs coupées, plus encore que les plantes en pots subissent une concurrence importante, limitant ainsi les possibilités d'extension des surfaces. Les seules fleurs coupées en effet qui trouvent un débouché extérieur sont celles des orchidées et des anthuriums, ce qui est somme toute, faible.

La séparation des productions entre fleurs coupées et plantes en pots est aussi géographique. En plein air en effet les fleurs à couper sont l'apanage du Brabant (78 hectares sur 160 au total), suivi par la Flandre orientale (38 ha) et Anvers (19 ha). Au contraire, azalées et bégonias couvrent avec d'autres plantes en pots 399 hectares en Belgique dont 395 hectares en Flandre orientale. Pour les superficies sous serre, même opposition, la prépondérance de la Flandre orientale est encore plus nette : 45 hectares sur 48 au total d'azalées, 39 hectares sur 79 pour les fleurs à couper. Dans ce dernier domaine le Brabant avec les régions de Bruxelles et d'Alost ne totalise que 28 hectares et la province d'Anvers 11 hectares. Les superficies sous verre sont la spécialité de la région gantoise, beaucoup plus que de la région bruxelloise plus orientée vers les cultures maraîchères sous verre. Il en est de même pour les pépinières : 261 hectares pour la Flandre orientale sur 502 au total, 86 seulement pour Anvers qui arrive au deuxième rang.

Evolution des superficies de cultures ornementales : 1960-1963 (65)

I. — Cultures sous verre	1960	1963
Fleurs à couper	70	79
Bulbes et tubercules	21	24
Plantes de serre	76	89
Azalées	38	48
Total	205	240

(65) Université de Gand - Institut d'Economie Horticole. (Renseignements dactylographiés.)
La *F.H.* a publié un C.R. de voyage en juin 1961, où des exploitations sont décrites.
L'Horticulture Belge, avril 1965 : Gand, ville des fleurs. — De teet van de rozelaar in België.

II. — Cultures de plein air	1960	1963
Fleurs à couper	186	160
Bulbes (tulipes)	30	22
Autres bulbes	48	36
Plantes vivaces	53	49
Azalées, bégonias	362	459
Autres plantes	84	60
TOTAL	763	786
GRAND TOTAL	968	1.026

Ainsi grâce à ses traditions fondées sur une longue expérience, grâce aussi à un milieu naturel favorable et sans cesse amélioré par l'homme (avec un peu plus d'intensité lumineuse on aurait un des meilleurs climats horticoles d'Europe), la floriculture belge est arrivée à une production de valeur.

La production belge est donc surtout concentrée dans la région gantoise, surtout en direction d'Anvers. C'est là que se trouve le grand centre européen de production des plantes vertes, et en particulier des azalées, bégonias, cyclamens, hortensias. La culture des azalées de l'Inde a été influencée au début par des facteurs naturels : il faut à ces plantes un sol maigre et poreux, un climat maritime humide, tous éléments qui se trouvent réunis dans la région gantoise. Ces cultures sont en rapide développement puisque en 1950 les bégonias que l'on peut prendre comme culture de référence couvraient 151 hectares et atteignaient 224 hectares en 1959. Il en est de même pour les gloxinias (820 ares devenus 1.386). La Flandre orientale couvre 98,40 % des surfaces belges de cultures de bégonias. Les grands centres de production sont Lochristi (90 hectares de bégonias sur 180 au total), Beervelde, Zaffelare, Laarne, Destelbergen, Desteldonk, Eke, Oostakker, Merelbeke, Heusden, De Pinte, Afsnee, Deurle, Nazareth, Melle. Lochristi à lui seul groupe 209 producteurs, soit le tiers des horticulteurs de Flandre orientale. La valeur de la production des bulbes de bégonias et de gloxinias, les autres bulbes étant d'importation hollandaise comme les tulipes, jacinthes, narcisses, a atteint 212 millions de francs belges, soit 13,3 % de la valeur totale de la production belge de fleurs coupées, de plantes vertes et de bulbes. Les autres cultures, cyclamens et azalées, se trouvent dans la plupart des villages déjà cités et en particulier Lochristi, Melle-les-Gand, Mont-Saint-Amand, Gontrode, Bois de Breux, Lokeren, Evergem-les-Gand.

3. Les entreprises

La structure des entreprises est surtout familiale, comme il sied à ce genre d'exploitations anciennes. La superficie moyenne des exploitations est de 70 à 80 ares, et dans chacune les serres couvrent de 3.500 à 4.000 mètres carrés. En effet, la Belgique compte dans le secteur horticole en général 12.300 exploitations, dont 70 % ont moins d'un hectare et 91 % moins de trois hectares. La production horticole atteint une valeur relative très importante, 12,6 millions de F.B. en 1963, soit près de 20 % de la production agricole totale. A l'exception de quelques rares entreprises de 20.000 mètres carrés près de Gand, la plupart des producteurs ne cultivent que de 1.000 à 2.500 mètres carrés. Chaque exploitation est rarement spécialisée en un seul produit, car il faut s'efforcer de répartir le travail sur toute l'année et il est toujours possible d'étaler les soins culturaux sur deux, trois, parfois quatre cultures. Les exploitations de la région de Lochristi fournissent par exemple en moyenne de 100.000 à 150.000 tubercules de bégonias chacune et il arrive qu'en une année normale, le nombre de tubercules commercialisé à Gand atteigne quarante millions. La vente s'accompagne d'une période de réjouissances populaires dont le *Festival des Bégonias* qui a lieu tous les ans est le plus connu.

Les horticulteurs belges, ancrés dans leur solide tradition, vivent dans une fausse sécurité. Ils conservent encore le sentiment de leur suprématie, attitude d'esprit qui les empêche de s'adapter aux nouvelles conditions du marché européen et les enferme dans une mauvaise routine. Trop d'exploitations sont dirigées par des chefs de famille qui se réfèrent à cet état d'esprit et freinent les progrès de l'horticulture. Ainsi les rares exploitations qui sont aux mains de jeunes entrepreneurs appliquent les nouvelles méthodes de cultures et semblent aux yeux de beaucoup de Belges destinées à une catastrophe économique plus ou moins proche. En réalité les Gantois ont des cultures dirigées par une lignée de contremaîtres unique en Europe, riche de son expérience et sûre de son doigté. S'ils enferment les producteurs dans la routine, ils sont les garants de la qualité des produits flamands. Ils sont responsables de la formation de la main-d'œuvre, or la main-d'œuvre n'est nulle part aussi expérimentée et consciencieuse qu'en Flandre, et ni le Brabant, ni la province d'Anvers ne retrouvent des travailleurs de cette qualité.

4. La production

En dépit des vicissitudes du marché national et international, la Belgique reste un gros producteur et un exportateur redoutable. Au sein de la production horticole, les produits non comestibles ornementaux connaissent le plus rapide accroissement. L'O.N.D.A.H., Office National des Débouchés Agricoles et Horticoles prête son concours au Département de l'Agriculture dans tous les domaines de la promotion des débouchés intérieurs et extérieurs. Il est aussi chargé du contrôle de la qualité.

Pendant que la valeur de la production des fleurs coupées doublait entre 1950 et 1963, celle des plantes ornementales triplait.

VALEUR DE LA PRODUCTION HORTICOLE EN BELGIQUE
(*en millions de francs belges*) (66)

	Légumes	Fruits	Produits horticoles non comestibles	Total
1950	3.660 (54 %)	2.257 (33 %)	844 (13 %)	6.761
1963	7.980 (63 %)	2.016 (16 %)	2.582 (21 %)	12.578

En prenant, pour base de référence 100, la moyenne des années 1950-1954, on arrive aux indices suivants en 1963 : légumes 200, fruits 97 (incidence de la création du Marché Commun), produits horticoles ornementaux 291. Les azalées ont perdu de leur importance de 1950 à 1963, dans la période où la valeur totale de l'horticulture a quadruplé.

VALEUR DE LA PRODUCTION DES PRODUITS HORTICOLES NON COMESTIBLES
(*en millions de francs belges*) (67)

	Azalée	Autres plantes	Fleurs coupées	Bulbes	Pépinières	Semences	Total
1950 ...	89	202	179	55	303	16	844
1963 ...	347	1.253	308	236	410	28	2.582

La floriculture qui ne représentait que 62 % de la production horticole en 1950 (pépinières 36 % et semences 12 %) passe à 83 % en 1963 affirmant sa réussite soulignée par l'effondrement des pépinières (16 %). On trouve une évolution identique et pour les mêmes raisons dans un pays voisin comme l'Allemagne fédérale. En conservant comme référence la

(66-67) Université de Gand - Institut d'Economie Horticole (renseignements dactylographiés) et publication de MENEVE et BAPTIST : Le marché des bégonias et gloxinias - 1965.
DERWAEL : Etude des débouchés des azalées, 2 vol., 1965. Instit. Econom. Agric., Bruxelles, 1965.

moyenne 1950-1954 — indice 100 — on parvient pour l'ensemble de la floriculture à l'indice 341, contre 168 pour les pépinières et 177 pour les semences. L'ensemble des produits horticoles non comestibles triplant pour cette période (indice 291), les azalées passent de 100 à 304, les autres plantes ornementales à 485, ce sont donc elles les responsables de l'essor de l'horticulture ornementale belge.

Une étude récente de l'Institut Economique Agricole fait ressortir l'importance de la production d'azalées. Elle représente en valeur 365 millions de francs belges en 1964, occupant ainsi la première place parmi les plantes ornementales belges. Les progrès des surfaces sont très sensibles :

	Cultures d'azalées plein air	Culture sous verre
1950	100 ha	40 ha
1959	113 ha	44 ha
1963	137 ha	48 ha
1964	147 ha	49 ha

Pays de longue tradition horticole, la Belgique demeure un producteur important. Son marché intérieur, malgré son ampleur, ne peut absorber la totalité des plantes ornementales flamandes, mais réclame des importations de fleurs coupées, la production brabançonne étant insuffisante. La qualité des plantes en pots belges reste, pour l'avenir où la concurrence devient très vive, le plus sûr garant d'une production équilibrée et de valeur.

III. L'ALLEMAGNE FÉDÉRALE

Au cœur de l'Europe industrielle, l'Allemagne n'est pas un pays favorable à la culture des plantes ornementales. Un climat *froid*, peu ensoleillé, des sols rarement fertiles présentent plus d'inconvénients que d'avantages. Toutefois le marché allemand est un des plus importants d'Europe, aussi les producteurs nationaux s'efforcent-ils de satisfaire l'énorme demande.

1. Une consommation massive et variée

a) Les données de la nature

Les horticulteurs allemands ont de nombreux obstacles à surmonter. En premier lieu, les conditions naturelles ne sont guère clémentes. Pendant la saison froide, de fin octobre à mars, l'ensoleillement est faible, la croissance des végétaux et la formation des fleurs sont ralenties et subissent un décalage chronologique dont profite la production méditerranéenne. Les températures, sous l'impulsion de l'anticyclone continental, s'abaissent — surtout en Bavière — à plusieurs degrés au-dessous de 0° C pendant les mois de décembre, janvier et février, et les gelées persistent par intermittence jusqu'en avril-mai. Dans le nord-ouest l'influence océanique adoucit les écarts thermiques mais accroît la nébulosité, autre grave inconvénient. La vallée du Rhin n'est, somme toute, qu'une médiocre région de culture, les brumes y traînent tout au long de l'année, et le climat d'abri, caractéristique des fossés d'effondrement, y est exceptionnel. Les sols, de nature très diverse, rendent des services inégaux. Les argiles et les cailloutis fluvio-glaciaires du Nord, du Schleswig-Holstein et de la Saxe, sont peu propices aux cultures de plantes à fleurs coupées, ils conviennent par contre très bien aux pépinières de conifères forestiers et ornementaux. La vallée du Rhin, avec des sols alluviaux tantôt grossiers tantôt plus fins, peut à la rigueur, accepter la culture ornementale dans les endroits bien exposés et abrités des vents, à condition que la nappe phréatique ne soit pas trop superficielle. Les pépinières ornementales préfèrent les hautes terrasses ou les premiers contreforts des massifs, sur les pentes d'éboulis et de brèches (région de Bonn-

14. L'USINE A FLEURS NEERLANDAISE

Délimitée par un pointillé blanc, l'exploitation Van Staaveren, à Aalsmeer, est représentative des capacités de l'horticulture hollandaise. La puissance des deux unités de chauffage, encadrant les bureaux, permet une culture étalée sur l'ensemble de l'année. Toutes les cultures se font sous serre. Quelques serres (dans la partie supérieure) montées sur des rails viennent d'être déplacées, laissant un sol plus clair. Logements du personnel le long de la route.

Cologne, par exemple). Le Länd le plus déshérité par la nature, le Schleswig-Holstein, a pu devenir le premier producteur de plants de pépinières : le sol silico-argileux est léger, les 740 mm de précipitations moyennes annuelles sont bien répartis et favorisent une humidité moyenne de 80 %. Somme toute, les conditions naturelles ne peuvent expliquer seules le développement de l'horticulture en Allemagne fédérale.

b) Le milieu humain

Les réactions de la clientèle représentent un élément plus convaincant. En premier lieu, le goût des Germaniques pour la nature et les plantes en particulier est un facteur déterminant ; c'est aussi une réaction fréquemment enregistrée comme l'on sait dans les régions où la nature est difficile par suite d'un hiver rigoureux. Les habitants ressentent le besoin, à la belle saison, de retrouver la *Mère Nature*, de parcourir bois et prairies, landes et taillis. Comme les beaux jours sont tout de même moins nombreux, même en été, que dans le midi de l'Europe, les Allemands ont transporté chez eux un certain nombre d'éléments naturels, plantes vertes, plantes fleuries, bouquets de fleurs. Ils ont boisé les parcs, fleuri les rives des pièces d'eau, recréé au cœur des villes une ambiance champêtre. Ainsi le citadin reste-t-il en contact avec le monde végétal.

Cette attitude se traduit même par certains excès. En effet, les maisons reconstruites après la guerre allient les murs de béton et les grandes façades vitrées ; la lumière entre largement dans les pièces très chauffées l'hiver qui constituent ainsi de véritables serres. De plus, les architectes disposent traditionnellement l'appui de la fenêtre non pas en dehors comme dans les pays méridionaux, mais en dedans ; cela représente une place de choix pour les végétaux, surtout les plantes vertes. Des façades donnent l'impression d'un musée de sanseverias : sur quatre étages et vingt fenêtres, composant la moitié environ des pots exposés, on a pu en relever une quarantaine ! Les philodendrons courent le long des murs ; les administrations disposent même au milieu de certains bureaux des *cissus* (lierres) grimpant le long de fils fixés aux murs, et les plantes sont jalousement entretenues par les dactylos. Les halls d'hôtels sont des salles d'exposition de végétaux exotiques ; ceux des banques, les vitrines des grands magasins, les édifices publics sont ornés de jardinières, de bacs avec des plantes vertes et des jets d'eau, cela avec une profusion qui ne va jamais jusqu'à la surcharge et témoigne le plus souvent du bon goût des décorateurs. Par contre, les intérieurs particuliers où l'on entasse sans distinction de dix à vingt pots de fleurs et plantes, sans ordre ni harmonie, n'ont pas la beauté des demeures hollandaises.

Les Allemands dépensaient 8 D.M. par habitant et par an en 1951 pour les achats de plantes et fleurs ornementales, puis 12 D.M. en 1954, 17 en 1958, 23,5 en 1961 (soit un total de 1.330 millions de D.M.), 26 en 1963 (ou 34 D.M. par personne de plus de 16 ans), 32 en 1965, chiffre le plus élevé des pays de la C.E.E. (68).

La conséquence d'une telle consommation est l'appel à des variétés autrefois réputées rares et chères : orchidées, gardénias. Ainsi se multiplient les plantations d'espèces jadis peu connues, par exemple les *euphorbia poinsettia pulcherrima* (en variétés simples ou hybrides). Les chrysanthèmes, peu prisés en France, sont un élément essentiel de la composition des bouquets d'ornement et peuvent s'acheter toute l'année (comme dans le Royaume-Uni). La dernière caractéristique de la clientèle allemande est sa forte proportion de citadins. Les très grandes villes, surtout les agglomérations industrielles, enfumées, grouillantes de monde dans un paysage où l'homme a détruit la nature pour construire une puissance économique inhumaine, où les usines se mêlent étroitement aux banlieues ouvrières, où les massifs boisés ont disparu ou sont en voie de l'être, les très grandes villes sont un débouché énorme pour la production horticole, surtout si l'on tient compte des habitudes de la clientèle allemande exposées plus haut. On comprend ainsi la facilité avec laquelle les producteurs trouvent un écoulement pour leurs plantes et leur impossibilité de satisfaire complètement une demande toujours plus ample.

---

(68) Staatgutwirtschaft, septembre 1967.

La production nationale, dont on verra le rapide développement, couvre de moins en moins les besoins du marché intérieur. Il est toujours très difficile en pareil cas d'avancer des chiffres, cependant on estime qu'en 1960, au niveau des marchés de gros (une dizaine en tout pour l'Allemagne fédérale) on a commercialisé pour 614 millions de D.M. La production nationale ne représentait alors plus que 81,5 % de la demande, soit 501 millions de D.M., contre 86 % en 1957, avec à ce moment-là un chiffre de production de 400 millions de D.M. N'entre pas dans ces estimations la vente directe des producteurs aux consommateurs et surtout aux fleuristes, vente souvent importante dans les banlieues des grandes villes sous forme de plantes en pots vertes et fleuries. La valeur de la production ornementale a augmenté si rapidement en Allemagne fédérale qu'elle a dépassé celle des fruits et légumes. Les ventes de produits ornementaux ont atteint, au stade de gros, 1,224 milliard de D.M. en 1965-66, contre 1,176 milliard de D.M. pour les fruits et légumes. En réalité, les besoins allemands sont entièrement satisfaits par les producteurs nationaux pour certaines marchandises. Par contre, les grands domaines de la demande sont incomplètement couverts. Les œillets sont produits à 80 %, les roses à 77,5 %, les azalées à 65,8 %, les feuillages ornementaux à 32,8 %. Une part, d'ailleurs sans cesse grandissante, est laissée à l'approvisionnement en provenance de l'étranger. La situation est d'autant plus grave pour les producteurs allemands que le déficit annuel de la production par rapport à la consommation augmente. En 1957, l'Allemagne produisait encore la moitié de ses feuillages ornementaux et les trois quarts des azalées dont elle a besoin. Il faudra donc rechercher comment les exploitations ont évolué dans la période de fort accroissement de la demande en fleurs et plantes ornementales (1955-1965) et de quelle façon les producteurs se sont adaptés à une situation nouvelle.

2. La vallée du Rhin possède l'essentiel des surfaces

a) Les cultures de plein air.

Il est difficile tout d'abord, en dépit de la précision des statistiques allemandes, de définir avec sûreté l'importance de la production dans chacun des différents Länder. Leur superficie, comme leur richesse, est difficilement comparable. On peut néanmoins dresser le tableau suivant (69) :

PLANTES CULTIVEES EN PLEIN AIR

	Exploitations	Superficie
Länder total	25.321	6.489 ha
Schleswig-Holstein	1.834	518 ha
Hambourg	1.820	558 ha
Basse-Saxe	3.240	835 ha
Brenne	251	79 ha
Rhénanie N. Westphalie	6.834	2.089 ha
Hesse	2.070	535 ha
Rhénanie Palatinat	1.598	328 ha
Bade-Wurtemberg	3.576	661 ha
Bavière	3.409	637 ha
Sarre	268	67 ha
Berlin-Ouest	421	182 ha

(69) Statistisches Budesamt Wiesbaden. Lund-und Forstwirtschaft.
C.N.C.E. : Le marché des fleurs, feuillages et plantes en pots en Allemagne Fédérale - 1964.
C.N.C.E. : Le marché des plants forestiers, fruitiers et d'ornement en Allemagne Fédérale - 1962.
F.H. 7, 1959 : Voyage d'études en Allemagne.
F.P. 8, 1965. Giuglaris : L'Allemagne produit des fleurs coupées en toutes saisons.
Direction des services agricoles du Var : Voyage d'études en Allemagne. Draguignan, 1961.

L'ensemble de cette surface horticole se répartit entre des cultures de plantes et de fleurs coupées (roses, œillets, lilas et autres fleurs), d'arbustes ornementaux, d'oignons à fleurs, de chrysanthèmes à couper ; il comprend aussi les surfaces consacrées au grossissement des bulbes, à la reproduction du muguet et du lilas, enfin aux plantes en pots. Si l'on élimine les productions quelque peu en marge de l'horticulture ornementale comme les superficies consacrées aux semences en plein air et diverses cultures secondaires, on s'aperçoit que six Länder se placent, avec plus de 500 hectares chacun, à la tête de la production des plantes ornementales : *Rhénanie-Westphalie* (1.999 hectares), *Basse-Saxe* (809 hectares), *Bade-Wurtemberg* (609 hectares), *Baviere* (585 hectares), *Hesse* (520 hectares), *Schleswig-Holstein* (512 ha). Le district urbain de *Hambourg* les suit de près avec 439 hectares. Les cultures florales se trouvent principalement dans le *Vierland*, le *Monschland* et la région de *Wandsbek*. Puis viennent des régions moins favorisées, ou trop restreintes, pour avoir des superficies aussi importantes. Le principal foyer urbain, la *Ruhr*, a provoqué l'essor des cultures ornementales en Rhénanie-Westphalie. Les quatre autres grands foyers urbains d'Allemagne (à l'exception de Berlin-Ouest qui, pour les raisons politiques que l'on sait, ne dispose plus que de 166 hectares consacrés à l'ornement) ont motivé l'installation des quatre autres principales régions : *Munich* (Bavière), *Stuttgart* (Bade-Wurtemberg), *Francfort* (Hesse) et surtout le foyer *Brême-Hambourg* (Basse-Saxe et Schleswig-Holstein). De la sorte, on saisit bien les caractéristiques principales et les difficultés rencontrées par les horticulteurs allemands. Si leur production est presque toujours destinée à la région urbanisée voisine, en contrepartie, l'expansion des villes est un danger pour les cultures car l'urbanisation est le pire ennemi des entreprises horticoles forcées d'envisager un repli vers des régions souvent moins favorisées.

La *Rhénanie-Westphalie* se taille la part du lion dans la production des plantes ornementales en plein air. Elle couvre le tiers de la superficie totale des cultures en Allemagne, avec ses 2.089 hectares (par rapport à l'énumération précédente la superficie a gagné 90 ha : ce nombre tient compte de productions marginales comme les semences et certains arbustes). La répartition des cultures est la suivante : 202 hectares de roses à couper, 28 d'œillets, 27 de lilas à couper, 109 d'autres fleurs et arbustes, 231 hectares d'oignons à fleurs, 388 hectares de bulbes à couper, 367 hectares de fleurs diverses à couper, 227 hectares de chrysanthèmes à couper, 136 hectares de grossissement des oignons, 42 hectares de reproduction des bulbes, 105 hectares de reproduction des lilas, 215 hectares de plantes en pots et 13 hectares de semences. Avec 6.834 exploitations horticoles, elle ne représente que le quart du total des exploitations (25.321 pour l'ensemble de la Fédération), ce qui est déjà une indication sur la structure des entreprises. Seule la région de Hambourg ravit la première place dans l'énumération statistique pour l'une de ses spécialités, la reproduction du muguet (80 hectares, soit 65 % de la production totale).

Les autres Länder s'inscrivent par quelques spécialités derrière la Rhénanie-Westphalie. Les cultures de rosiers en Schleswig-Hostein et en Basse-Saxe couvrent respectivement 41 et 47 hectares, en Hesse 81 hectares. Le *Bade-Wurtemberg* a 16 hectares d'œillets et la Bavière 20. Basse-Saxe et Bade-Wurtemberg ont 52 et 54 hectares de fleurs et arbustes divers, le littoral saxon a 55 hectares d'oignons à fleurs et 141 hectares de bulbes à couper (et le Bade-Wurtemberg en a 135). Les littoraux de Saxe et du Schleswig ont 70 à 73 hectares consacrés au grossissement des oignons et 25 et 41 hectares de reproduction des bulbes. Le *Schleswig* a 48 hectares de reproduction du muguet à proximité de Lubeck et Hambourg et dans le Vierland. Enfin la production des lilas se répartit entre de nombreuses régions allant de la Basse-Saxe (60 ha) à la Bavière (55 ha).

b) Les cultures sous serre.

Elles sont moins importantes que les cultures en plein air. En 1966 cultures de plein air et cultures sous serres se répartissent ainsi :

Cultures en plein air (en ha)		Sous serre (en ha)	
Tulipes	197,30		110,74
Narcisses	104,04		51,30
Œillets	45,99		205,86
Roses	372,88		118,52
Chrysanthèmes	460,10		265,52
Glaïeuls	284,65		—
Divers	1.462,67		128,31
		Freesia	56,90
TOTAL	2.927,63	TOTAL	1.006,78

Les serres sont en Allemagne de conception très différente des serres méditerranéennes. Il est rare de rencontrer — sauf dans la région de Straelen — d'anciennes et basses serres maraîchères utilisées pour l'horticulture ornementale. Ici, les serres sont vastes, spacieuses, elles atteignent jusqu'à vingt mètres de large, huit à dix mètres de haut et couvrent de 1.000 à 1.200 mètres carrés. Rarement isolées, elles sont groupées en blocs de quatre à dix, avec parfois une galerie transversale vitrée permettant le libre passage sous abri des véhicules. Les tables de travail, celles à rempoter par exemple, les chariots passent sans gêne entre les bacs de culture. Les montures des serres sont en acier, les rivets sont souvent remplacés par des soudures à l'arc, ce qui rend les serres indémontables. Le vitrage du toit, en verre à vitre et rarement en verre martelé, est soutenu non par des profilés mais par des poutres de bois. Le marronnier est remplacé ici par des résineux provenant des forêts nord-allemandes ou même par des bois d'importation de Scandinavie ou d'Union Soviétique. Disposant d'un matériel de haut niveau technique, les Allemands compensent ainsi une main-d'œuvre rare et chère.

L'automatisation de la culture, plus nette qu'en Suisse et en Hollande, moins poussée qu'au Danemark, reste, dans une Allemagne fortement industrialisée, une caractéristique de la production horticole.

La répartition des superficies sous verre se présente ainsi en Allemagne : sans Berlin, l'ensemble de la République fédérale possède 2.184 hectares sous abri vitré, dont 1.400 exclusivement consacrés à la culture des plantes ornementales. Cette dernière superficie est à partager entre 21.300 exploitations qui, en totalité ou en partie, produisent des plantes ou des fleurs. Les différents Länder sont inégalement équipés (70) :

Land	Exploitations	Superficie sous verre
Schleswig-Holstein	1.050	75 ha
Hambourg	1.249	93 ha
Basse-Saxe	2.669	164 ha
Brême	239	23 ha
Rhénanie N. Westphalie	6.461	494 ha
Hesse	1.773	106 ha
Rhénanie Palatinat	1.342	62 ha
Bade-Wurtemberg	3.012	205 ha
Bavière	2.921	158 ha
Sarre	241	16 ha
Berlin-Ouest	351	46 ha
	21.308	1.468 ha, dont 612 de plantes en pots

(70) Statistisches Bundesamt Wiesbaden. Gartenbauerhebung, 1961.

L'énumération statistique portant sur les surfaces en plein air et les surfaces sous abri vitré cache en réalité une grande évolution dans la production et surtout dans la répartition des surfaces consacrées aux différentes cultures. Il est d'autant plus difficile de cerner cette évolution que la grande Allemagne de 1939 a été divisée entre plusieurs puissances et que la production s'est effondrée pendant la guerre et surtout entre 1943 et 1950. Une étude de 1933 (71) précise qu'il n'y a pas alors de statistiques indépendantes pour la floriculture et les plantes en pots dont le recensement s'effectue avec les autres productions agricoles et horticoles. Cependant l'auteur estime qu'en 1927 il y avait dans l'Allemagne d'alors 2.711 hectares de fleurs répartis entre une multitude d'exploitations non spécialisées. Sur ces totaux, on peut retenir que la Prusse s'inscrivait pour 1.385 hectares (dont 146 hectares à Berlin), la Saxe 417 (dont 200 à Hambourg). La production était déjà fixée autour des principales villes (Francfort, Munich, Dresde, Erfurt). Le tracé des nouvelles frontières, la fermeture du débouché berlinois pour la plupart des régions prussiennes, les difficultés agricoles et économiques rencontrées depuis vingt ans par les deux Allemagnes expliquent la localisation des nouvelles zones géographiques de production.

Après 1957 le développement des cultures a été rapide, et il a été le plus spectaculaire là où la floriculture avait pris une certaine importance avant la guerre. Entre 1955, date à laquelle les cultures avaient atteint leur point inférieur, et 1959, période où l'on peut considérer que la floriculture a repris ses droits en Allemagne, les superficies ont plus que doublé en Bade-Wurtemberg (+ 160 %), en Hesse (+ 114 %), en Basse-Saxe (+ 108 %). La Hesse dans la même période a vu augmenter les superficies sous verre de 206 %.

Sans conteste, la lutte contre les conditions climatiques imprime à l'horticulture allemande ses principaux caractères. On ne peut, comme dans le midi de l'Europe ou même comme en Suisse, se permettre de multiplier les cultures en plein air. La production hivernale et printanière, la plus rentable, doit être préparée et parfois tout entière produite sous abri. Les 1.468 hectares de superficies sous verre représentent d'énormes dépenses d'infrastructure, d'ailleurs supportées allégrement, grâce à l'aide de l'Etat, par les producteurs. En outre, aucune difficulté d'écoulement pour les fleurs et les plantes en pots n'existe. L'Allemagne a un marché toujours largement ouvert à la production nationale, aussi les prix sont-ils assez soutenus tout au long de l'année (on verra comment le déficit est comblé par un habile système d'importations, surtout en provenance d'Italie). L'horticulture enfin est une fraction d'un domaine cher à l'administration allemande, l'agriculture. Ici les entreprises profitent d'un grand nombre d'appuis officiels, et le seul obstacle grave qu'elles rencontrent est celui de la main-d'œuvre et de la rareté des surfaces dans les zones périurbaines. La remarque n'est d'ailleurs pas nouvelle.

c) Les cultures d'oignons a fleurs.

En 1920, les oignons à fleurs étaient déjà cultivés en Allemagne, en particulier dans le Schleswig-Holstein. Rapidement la rentabilité de la production fut démontrée non seulement dans le Holstein mais aussi en Frise-Orientale, dès 1925 ; de plus, la période de contingentement consécutive à la grande dépression économique de 1929 et la fermeture de la frontière aux importations ont contribué à prouver que la culture des bulbes n'était pas seulement possible mais encore indispensable à l'horticulture allemande.

Après la guerre de 1945, les surfaces affectées à la bulbiculture durent être fortement réduites, par suite de mesures prises par les forces d'occupation. Les forceurs allemands ont réussi à augmenter leurs surfaces de multiplication en partant de bulbes et oignons qu'ils importaient des Pays-Bas.

Le recensement horticole de 1962 indique le chiffre de cinq cents hectares pour la production des oignons de *tulipes*, les *narcisses*, les *crocus*, les *glaïeuls*, les *bégonias* et les *dahlias*. Les horticulteurs allemands après s'être montrés très réservés à l'égard des bulbes

(71) Diel : Der Standort der Deutschen gartenbaulichen produktion.

de la production nationale en achètent aujourd'hui de plus en plus. En 1965, l'ensemble des cultures allemandes de bulbes, oignons et tubercules à fleurs est évalué à un millier d'hectares environ. A quelques exceptions près, la production est entièrement absorbée par les horticulteurs utilisateurs. Selon les régions de production, le système de commercialisation est parfois différent. Ainsi dans le Holstein où sont cultivés principalement les *bégonias bulbeux*, les bulbiculteurs se servent du commerce de gros pour écouler leur production. Mais au printemps, ils vendent également une partie de leur production sous forme de jeunes plants présentés dans des pots de matière plastique et qui sont destinés aux plantations de pleine terre. Depuis quelques années, une partie de cette production est exportée. Les pays scandinaves et les Etats-Unis sont les principaux pays destinataires. En Frise-Orientale a été fondée dès 1928 une association qui commercialise sa production par l'intermédiaire d'une organisation de vente qui lui est propre. La multiplication des oignons de tulipes, de narcisses, de crocus est d'importance moindre. Les exportations sont insignifiantes.

En Rhénanie, seules quelques entreprises isolées s'occupaient jusqu'à présent de façon principale de bulbiculture (tulipes, narcisses, crocus, glaïeuls et dahlias). D'autres entreprises utilisent leurs bulbes pour la production de fleurs coupées qu'elles vendent ensuite sur les marchés de gros ; dernièrement quelques bulbiculteurs rhénans se sont groupés en une association qui doit assurer la commercialisation de leur production.

La qualité de la production nationale des bulbes, oignons et tubercules à fleurs provient en grande partie de ce que les bulbiculteurs allemands ont toujours attaché une grande importance aux installations d'entreposage, ont soigné la manipulation et la préparation de leurs bulbes, et ont consenti les investissements nécessaires.

Les horticulteurs, quelle que soit leur production, sont fortement encadrés sur le plan professionnel et gouvernemental. Un service spécialisé du *Ministère Fédéral pour l'Alimentation, l'Agriculture et les Forêts* s'intéresse à l'horticulture ornementale, tandis que chaque *Länd* dispose d'une *Chambre d'Agriculture* appointant des spécialistes-conseillers dans les domaines des fleurs, des plantes vivaces, des pépinières, et des problèmes phytosanitaires. Un service relevant de ces Chambres d'Agriculture est chargé du contrôle phytosanitaire à l'importation. Des syndicats regroupent les producteurs qui ont formé également le *Blumenwerbug*, association pour la publicité collective. On peut remarquer enfin que les obtenteurs de variétés sont assez mal protégés par la législation car il n'existe pas encore de texte de loi concernant les brevets végétaux.

Jusqu'à présent chaque augmentation du prix de la main-d'œuvre s'est traduite par une modification technique réduisant l'emploi : les serres allemandes donnent souvent l'impression d'usines florales, gigantesques éléments de production très perfectionnés.

3. Les exploitations sont puissamment équipées

Il existe comme dans de nombreux pays deux catégories d'établissements. D'un côté, de vieux établissements, héritiers d'une longue tradition horticole s'adaptant avec plus ou moins de bonheur aux nouvelles conditions de la production, de l'autre, des établissements modernes créés récemment ou provenant de la reconversion complète d'une entreprise maraîchère. Cette dernière catégorie dispose d'équipements techniques beaucoup plus perfectionnés et s'est spécialisée dans la production de quelques espèces, deux ou trois, rarement davantage, mais parfois ne fournissant qu'une espèce de fleurs, ils sont alors fortement intégrés. Les exploitations plus anciennes restent fidèles à une production plus éclectique et conservent une clientèle fidèle de fleuristes sûrs de toujours trouver une grande variété de produits, à des prix à peine plus chers que dans des entreprises plus spécialisées.

On peut se faire une idée des différents types d'entreprises en visitant quelques exploitations horticoles prises dans la vallée du Rhin et dans la région hambourgeoise.

Au contact du Vierland et de l'agglomération hambourgeoise près de Bergedorf, l'entreprise G... Z... est un vieil établissement de production. Son origine remonte à plus d'un siècle, à une époque où ses fondateurs fournissaient essentiellement la haute bourgeoisie du port de l'Elbe. La superficie n'a pas changé, elle comprend huit mille mètres carrés aujourd'hui entièrement couverts. Le travail est réparti entre quarante et quarante-cinq ouvriers suivant les périodes, effectuant une semaine de travail de 45 heures, en cinq jours ou dix demi-journées. Après avoir fourni des plantes en pots très diverses, l'entreprise se spécialise vers les boutures de chrysanthèmes, ce qui a détourné la clientèle urbaine et fait rechercher celle des producteurs de fleurs coupées. La production atteint trois millions de boutures par an ; les expéditions s'effectuent tous les quinze jours, et dès que la place est libérée, une nouvelle plantation a lieu. Le rythme des expéditions se maintient de septembre à fin juillet. En complément, l'entreprise fournit des boutures d'*euphorbia poinsettia* et d'*hortensias*. Il semble que le choix de ces espèces ait été judicieux, car des cultures comme les *euphorbia poinsettia* sont sans aucun doute des cultures d'avenir et il importe de se créer une clientèle fidèle avant que la concurrence ne devienne trop serrée.

Dans l'immédiate banlieue méridionale de Hambourg, les établissements N... W... sont plus importants et spécialisés dans la production des plantes en pots. Vingt mille mètres carrés offrent du travail à quatre-vingts ouvriers qui disposent d'une cantine sur place. L'appareillage est moderne et varié, certaines machines sont importées des Etats-Unis. Pour gagner du temps et économiser la main-d'œuvre, un appareil à laver les pots a été installé à proximité du vaste hall d'emballage. Une brosse rotative dans l'eau donne un aspect propre et coloré aux pots, ce qui fait ressortir davantage l'attrait du feuillage et en facilite la vente. Presque toute l'année fonctionne une double chaudière à mazout capable de produire une température de forçage dans la moitié des serres simultanément. Un vaste entrepôt frigorifique permet de conserver les griffes de muguet à exporter ou les hampes fleuries en attendant le moment propice de leur vente. L'exploitation cherche à accroître la production d'*azalées* ; pour l'instant elle se place à l'un des tout premiers rangs en Allemagne avec 400.000 azalées par an. Comme beaucoup de grosses maisons elle achète à l'étranger quelques variétés, qu'elle adapte, acclimate avant de les revendre en quantités fractionnées à des horticulteurs de banlieue. Par exemple les *sanseverias* sont achetés en Floride pour plusieurs dizaines de milliers d'unités chaque année et revendus au bout de trois semaines à deux mois. L'entreprise fournit enfin des griffes de muguet dont elle est l'un des plus importants exportateurs.

Toujours à Hambourg, sur la route de Harburg, l'établissement W... S... est récent. Il se veut rationnel et pousse très loin le souci du rendement du travail. Cent ouvriers travaillent en permanence, surtout préoccupés par la *culture des boutures de chrysanthèmes*. L'établissement dispose d'un laboratoire privé de recherche phytosanitaire, avec deux chercheurs et une dizaine de personnes. La production atteint dix millions de boutures par an, écoulées au rythme de 250.000 par semaine. Les serres sont stérilisées (à 37°) pour garantir l'état sanitaire des boutures et obtenir en trois semaines des cultures exemptes de virus. La désinfection frappe aussi bien les sols de culture (tourbe et vermiculite) que les outils et les chaussures des ouvriers (par frottement à l'entrée des serres sur de la tourbe désinfectée). Les ouvriers se lavent les mains et se les désinfectent entre deux opérations différentes et leurs habits mêmes passent dans un stérilisateur. Les tablettes de culture sont protégées des courants d'air par des toiles en matière plastique. A l'arrivée d'une commande, le carton d'emballage est préparé et une étiquette extérieure indique l'adresse du client, le nombre de boutures commandé, les variétés. Un employé prend en charge la commande et prépare les boutures, puis les expédie dans un délai d'une quinzaine de jours. En même temps que la croissance, la période de floraison est prévue ; on place trois boutures par pot, huit jours après on les soumet au système du jour court à l'aide de toiles en matière plastique noire, et en huit semaines de ce système on obtient la floraison. En plus des *chrysanthèmes*, l'entreprise a une petite production de *cyclamens, anthuriums, bégonias* et *euphorbia poinsettia*.

Dans la vallée du Rhin deux exploitations montrent l'ancienneté et la mobilité des

entreprises : la première, à Francfort-Nied, A... K..., est une entreprise de caractère familial. Son expérience remonte à quarante années d'horticulture ornementale et jadis maraîchère. L'exploitation a quinze mille mètres carrés d'un seul tenant, autour de la maison du propriétaire et d'un logement de deux familles d'ouvriers, dont une italienne. Elle est spécialisée dans les plantes vertes et les petits plants de pépinières ; elle fournit *hortensias*, *bruyères* et diverses autres *plantes en pots*. Comme elle dispose de peu d'abris vitrés, elle doit choisir une production de vente facile à l'automne (certains invendus se conservent sous abri jusqu'aux fêtes de fin d'année). L'équipement technique est assez complet pour ne réclamer que le travail de cinq ouvriers seulement. Un seul appareil est moderne, c'est un asperseur monté sur un pont roulant d'une portée de douze mètres, mobile sur rail et se déplaçant grâce à un moteur autonome. Devant certaines difficultés du marché, l'entreprise voudrait se reconvertir en produisant des roses pour Francfort car cette reconversion est souhaitée par certains grossistes de la grande ville rhénane.

G... K... à Wiesbaden-Schierstein est un producteur-importateur. Sur la haute terrasse du Rhin, l'exploitation a été héritée de son père, producteur maraîcher. Sur la terre familiale, il a créé une entreprise d'importation de plantes et de fleurs coupées, et il commercialise en même temps la production de son exploitation. Sous deux hectares de vieilles serres en bois, il obtient des tulipes avec des bulbes importés de Hollande ; il a mis quelques ares en état de fournir des roses, de qualité médiocre d'ailleurs, et il plante certaines années des œillets. Le reste de la terre lui permet d'entreposer, et même de faire grossir, les plantes en pots qu'il achète à l'étranger. Les importations de plantes vertes et fleuries proviennent de Gand et d'Aalsmeer, lorsque les prix lui sont favorables. Ces plantes sont ensuite revendues à Francfort, Wiesbaden, Mayence, Darmstadt et Mannheim. En accord avec des fleuristes de ces villes il écoule ses fleurs coupées, mais il lui arrive de ne pouvoir répondre à la demande. En cas de pénurie, il passe commande téléphonique à un expéditeur grossiste du marché de Neuss. Des ouvriers italiens lui permettent de remplacer les ouvriers allemands attirés par les salaires industriels. Il n'a jamais employé plus d'une dizaine de personnes et son entreprise vivote, sans plus.

A Straelen, à quelques centaines de mètres du marché, l'exploitation B... J... est tout récemment venue à l'horticulture ornementale. Jusqu'en 1961 la famille B... J... comprenant quatre personnes actives, était spécialisée dans la production de légumes vendus au grand marché de Cologne. En 1961, la première serre (1.200 mètres carrés) d'un groupe de quatre est plantée en œillets SIM. Le succès de la vente de ces fleurs est tel que dès l'année suivante toutes les serres sont consacrées aux fleurs coupées, trois en œillets, la quatrième en roses d'une variété hollandaise. Les huit cents mètres carrés de plein air sont encore cultivés en produits maraîchers, mais seront convertis en roseraie sous abri, dès qu'un prochain emprunt aura permis la construction de la serre. On voit ainsi la manière dont évolue cette région où l'horticulture ornementale est un fait récent et un élément dynamique pour la transformation économique de cette grande banlieue de la Ruhr.

4. Les pépinières ornementales sont prospères

La production des plants de pépinières croît à peu près de la même façon que les autres secteurs de l'horticulture ornementale (72). Le rythme en est rapide puisque l'on estime qu'il doit être de 8 % par an, contre 7 % pour les plantes et les fleurs. La valeur de la production totale des pépinières est passée de 100 millions de D.M. en 1954-55 à 160 millions de D.M. (soit 180 millions de francs) en 1959-60. Les pépinières ornementales représentent environ la

(72) C.N.C.E.

moitié, sinon 60 % suivant les années du stock des pépinières, soit environ une valeur de 90-95 millions de D.M. A cause de la mévente des arbres fruitiers, on assiste à la reconversion d'un grand nombre de pépinières fruitières en pépinières ornementales, le phénomène ayant été déjà constaté en France. Par exemple, en 1954-1955, l'Allemagne possédait dans ses pépinières 30 % des plants fruitiers et 44 % seulement de plants d'ornement. A l'avantage des pépiniéristes sur les autres secteurs de la production horticole, on peut retenir la possibilité de constituer des réserves en cas de mévente ou de surproduction, car l'arbre reste en terre et peut attendre la vente plusieurs années s'il le faut. Dans ce cas, il immobilise le sol et empêche la mise en place d'une pépinière jeune et nouvelle. Les stocks allemands ont augmenté, mais ils masquent la réalité des ventes puisque leur recensement est effectué en été, avant l'écoulement de la production. Il faut donc relever des années successives de stocks pour se faire une idée de ce qu'a pu être la vente en tenant compte de l'accroissement possible des cultures (73).

Années	Arbres d'ornement	Rosiers	Total
1950	29.072	9.957	39.029
1954	30.672	14.783	45.455
1961	73.187	29.053	102.240

Les arbustes et arbres d'ornement ont donc plus que doublé d'importance, alors que les fruitiers n'ont rien gagné en nombre et régressé en pourcentage si l'on s'en réfère au tableau suivant :

Ornement en 1950 : 66,8 % des arbres greffés, fruitiers 33,2 %
Ornement en 1954 : 71,3 % des arbres greffés, fruitiers 33,2 %
Ornement en 1961 : 83,4 % des arbres greffés, fruitiers 16,6 %

En réalité, les producteurs de fruits n'étendent plus guère leurs vergers depuis l'ouverture du Marché Commun et les possibilités offertes aux Italiens et aux Français de vendre leurs fruits en Allemagne. Aussi se contentent-ils de remplacer leurs vieux arbres par des jeunes ou modifient-ils la composition de leurs vergers en tenant compte des changements de la demande. Les plants d'ornement, par contre, voient sans cesse s'ouvrir de nouvelles perspectives avec le développement des constructions et des résidences de banlieue. Il faut cependant tenir compte dans ce secteur d'une concurrence réelle, mais moins faible que pour les fruitiers, parce que les produits à transporter depuis l'étranger sont lourds. Les pépinières ornementales et forestières nationales seront donc toujours avantagées par rapport à la concurrence étrangère.

Comme pour les fleurs coupées et les plantes en pots, l'augmentation de la production est plus le fait de l'accroissement de la productivité que de l'extension des surfaces. En 1960 les superficies consacrées aux pépinières en Allemagne fédérale se répartissent ainsi : 2.500 hectares de pépinières forestières, 3.600 hectares de pépinières fruitières, 4.500 hectares de pépinières ornementales. On peut saisir l'évolution des surfaces en comparant avec certaines années antérieures. En 1938, dans un cadre territorial différent, il y avait 8.700 hectares de pépinières, en 1950 (sans la Sarre et les territoires séparés de l'Allemagne) 7.687 hectares, en 1960 (après la réunion de la Sarre, mais sans compter le Länd de Berlin) 10.615 hectares. L'Allemagne, sous l'angle de la production des plants de pépinières est très avantagée par rapport aux autres concurrents du Marché Commun : ses trois suivants immédiats ne totalisent pas ensemble plus de surface que l'Allemagne fédérale seule : la France a 6.100 hectares, les Pays-Bas 2.700 et la Belgique 1.500, soit un total des trois de 10.300 hectares (le chiffre italien, trop incertain, n'est pas utilisé).

Le Länd du *Schleswig-Holstein* est de très loin le principal producteur de plants de pépinières. Si la région d'*Halstenbeck* est le premier centre mondial de pépinières forestières,

(73) C.N.C.E.

on rencontre autour de *Pinnerberg-Rellingen* la moitié des surfaces allemandes consacrées aux pépinières ornementales. D'autres Länder s'inscrivent pour quelques productions : *Nord-Rhénanie-Westphalie, Bade-Wurtemberg, Basse-Saxe.* En *Schleswig-Holstein*, comme dans la région de *Boskoop* en Hollande, voisinent des entreprises de tailles très différentes. A côté d'un grand nombre de très petites exploitations, quelques très gros producteurs possédant de cinquante à cent cinquante hectares chacun s'occupent également de la vente de la production régionale. Exploitations et surfaces évoluent dans les mêmes proportions, et il est difficile de déceler une concentration de la production. En 1950 on dénombre 5.131 entreprises pour une surface totale de 6.123 hectares, douze ans plus tard on est passé à 5.623 entreprises et 8.911 hectares. On peut préciser la structure des exploitations en examinant le tableau suivant :

RÉPARTITION DES EXPLOITATIONS SUIVANT LA SURFACE CULTIVÉE EN PÉPINIÈRES (74)

Classe de surface agricole	Nombre d'exploitations		Surfaces cultivées en pépinières	
	1950	1962	1950	1962
Moins de 0,5 hectare (75)	566	1.074	46	118
De 0,5 à 2 hectares	1.809	2.035	643	919
De 2 à 5 hectares	1.383	1.147	1.285	1.585
De 5 à 10 hectares	734	727	1.180	1.702
De 10 à 20 hectares	325	372	1.034	1.628
Plus de 20 hectares	314	268	1.935	1.959
TOTAL	5.131	5.623	6.123	8.911

Il existe quelques très grosses exploitations atteignant jusqu'à 160 hectares dont les catalogues sont très complets, trop même puisque souvent ils proposent à la vente plus que l'entreprise ne possède de stock. Le complément est acheté aux petites exploitations qui, sans cela, arriveraient difficilement à trouver preneur pour leur petit nombre de plants. On décèle tout de suite l'inconvénient pour ces petits pépiniéristes, ils jouent le rôle de régulateurs du marché mais cette régulation risque souvent de se faire à leurs dépens. En cas de faible vente, ils sont les derniers à qui l'on s'adresse et en année moyenne les prix leur sont plus ou moins directement imposés par les grandes maisons qui n'ont pas les mêmes frais puisqu'elles les étalent sur une masse plus importante de produits. En Schleswig-Holstein, principale région de production, des contrats sont passés entre les grands pépiniéristes et les petites maisons pour fixer une ou deux années à l'avance les quantités qui devront être fournies. Dans les autres Länder où un tel système n'existe pas, de simples indications verbales fournissent des renseignements sur l'orientation de la production. Les pépiniéristes ornementaux souhaitent la réalisation d'un groupement analogue à celui des pépiniéristes forestiers qui se préoccupent de prospecter les marchés et de fournir des indications sur les possibilités de l'offre. Chaque adhérent fait alors individuellement les propositions de prix pour gagner le client.

Les deux syndicats de pépiniéristes ne peuvent pas, comme leurs homologues français par exemple, établir un catalogue annuel de prix minima, faute de quoi la législation allemande contre les ententes entrerait en vigueur. En réalité, les prix sont fixés par les principaux producteurs du Schleswig-Holstein, et les autres s'alignent sur cette base pour leurs transactions.

La comparaison avec la production française montre la concentration entre les mains d'une cinquantaine de grosses entreprises allemandes, tandis que les producteurs français

(74) C.N.C.E.

(75) Les petites exploitations pratiquent également d'autres cultures.

sont éparpillés en petites exploitations de caractère presque artisanal. La concurrence est difficile cependant à établir entre les deux pays, même s'il existe des différences de prix notables à cause de climats trop différents. Les Allemands ne peuvent proposer aux acheteurs français des espèces très demandées comme le pin maritime, les Français ne peuvent espérer écouler en Allemagne les végétaux d'origine méditerranéenne qui sont très employés en ornement. Seuls les rosiers pourraient être l'objet d'un commerce important ; mais on connaît la structure de la production de roses où seuls les greffons dont le faible poids n'obère pas le prix de vente sont vendus en petit nombre à l'étranger qui les multiplie par greffage dans des pépinières sous contrôle de la marque qui les a mis au point. De la sorte, les rosiers d'agrément ou les rosiers à fleurs coupées sont mieux adaptés aux conditions écologiques locales. Il arrive cependant que des rosiéristes d'une région donnée, comme ceux de Brie, en France, aiment acheter des rosiers greffés en Allemagne en raison de leur très haute qualité. Par ailleurs, les pépiniéristes allemands cultivent un très grand nombre de variétés d'arbustes et d'arbres ornementaux, et leurs catalogues sont beaucoup plus variés que les catalogues français. Dans un catalogue allemand on propose quarante variétés d'*Acer*, dans un français seize seulement ; pour les *Prunus*, soixante-dix contre seize ; pour les *Cotoneaster*, quarante-trois contre dix-neuf.

5. L'évolution des cultures

L'énorme puissance de production dans tous les domaines horticoles, surtout ceux des plantes en pots et des pépinières, donne à l'Allemagne fédérale une position particulière au sein de l'Europe.

Il y avait en effet en 1950, 3.300 exploitations spécialisées dans la production des fleurs et des plantes ornementales, c'est-à-dire à peu près le dixième du nombre des exploitations horticoles ; mais dix-huit mille autres produisaient des fleurs ou des plantes en pots en plus ou moins grande quantité sans que cela constitue l'activité essentielle de l'entreprise. La très forte proportion (de 70 à 75 % suivant les régions et les productions) de petites exploitations de moins d'un hectare s'explique par la prédominance du faire-valoir direct. Dans les grandes exploitations, le propriétaire toujours chef d'entreprise fait appel à une main-d'œuvre encadrée par des spécialistes formés par la pratique ou par des écoles régionales d'agriculture. La moyenne allemande de la superficie des exploitations horticoles est de 2.500 mètres carrés en plein air et 650 mètres carrés sous serre.

Les fleurs coupées occupent une part croissante de la surface cultivée en plantes ornementales. La très grande diversité de la production de plantes ornementales en Allemagne où tout est cultivé sauf *mimosa* et *phœnix*, n'empêche quand même pas les Allemands de produire surtout les traditionnels *ficus*, *sanseverias*, *philodendrons* et *cissus*. Les plantes ornementales vertes et fleuries en pots représentent 43 % des surfaces sous verre. Les fleurs coupées occupent la plus importante des surfaces, en 1961, 4.453 hectares soit 79 % des 5.643 hectares des cultures en plein air et 50 % des surfaces sous verre (706 hectares) leur sont consacrés. Les roses s'étendent sur 504 hectares de plein air (11 %), sous verre on les rencontre à *Stuttgart*, *Hambourg*, *Munich* et dans la vallée du *Rhin*, même à *Berlin-Ouest*. Les œillets à calice fermé sont tous cultivés sous serre dans les banlieues des grands centres ; aux portes des Pays-Bas, autour de *Straelen*, ils prennent l'allure d'une monoculture sur une quinzaine d'hectares. Au total, les œillets occupent sous verre 173 hectares, soit 18 % des surfaces sous verre. Le lilas est aussi très cultivé en Allemagne du Nord principalement. Les bulbes enfin retrouvent leurs terres de prédilection le long du littoral de la mer du Nord, tulipes, jacinthes et narcisses à l'ouest de l'*embouchure de l'Elbe*, bégonias du *Dittmarschen* au nord-ouest.

Le produit de la vente des fleurs et des plantes ornementales parmi tous les produits

horticoles comestibles et non comestibles a augmenté le plus fortement au cours des dernières années. En 1963-1964 il a été supérieur d'environ 20 % à celui de l'année précédente et a dépassé de 45 % la moyenne des cinq dernières années.

Depuis 1959-1960, ce sont les revenus issus de la vente des fleurs et plantes ornementales qui ont été les plus élevés, alors qu'auparavant c'était souvent le cas des revenus issus de la production fruitière. Au cours de l'année 1963-1964 les revenus issus de la vente des produits agricoles se répartissaient ainsi :

40 % aux producteurs de plantes ornementales,
32 % aux producteurs de fruits,
19 % aux producteurs de légumes,
9 % aux pépiniéristes.

La culture des fleurs et des plantes ornementales a de plus en plus été réalisée sous verre, au cours des dernières années. En 1963 les superficies de serres atteignaient 1.386 hectares et étaient déjà à peu près le triple de celles de 1950.

En 1963 les cultures de fleurs et de plantes ornementales couvraient 4.855 hectares. La moitié environ des cultures sous verre était occupée par des plantes en pots, environ 45 % par des cultures de fleurs coupées et 5 % par des feuillages à couper.

Au cours des cinq dernières années, parmi les plantes à fleurs à couper, ce sont les rosiers dont le pourcentage d'augmentation des superficies a été le plus important (246 %), suivi par les autres plantes à fleurs à couper (107 %) et les œillets (78 %).

En 1963 les superficies de serres consacrées aux rosiers sont de 90 hectares, soit à peu près la moitié de celles des cultures d'œillets.

L'indice du prix des fleurs à couper et des plantes en pots, a été de 120 en 1963-1964 (sur la base 100 en 1958-1959) soit de 4 % plus faible que l'année précédente. Cette réduction a été beaucoup plus forte pour les fleurs coupées, en particulier pour les œillets de serre, que pour les plantes en pots.

A l'inverse de l'évolution belge, les fleurs coupées sont en nette progression aux dépens des plantes en pots. On le doit à l'entrée en Allemagne de grandes quantités de plantes vertes et fleuries en provenance des Pays-Bas et du Danemark, on le doit aussi à la tendance de la clientèle, attirée de plus en plus vers les fleurs coupées.

L'Allemagne fédérale reste donc une puissance horticole originale tandis que sa production demeure élevée et la place au premier rang européen. Elle est devenue le plus gros importateur européen de produits ornementaux. Cet approvisionnement nécessaire en raison du décalage croissant entre la production et la consommation lui provient aussi bien des rivages méditerranéens que de ses voisins néerlandais, belges et danois. L'activité de ses marchés est débordante ; ils commercialisent dans un cadre moderne avec des méthodes de vente peu communes une énorme masse de fleurs et de plantes en pots. L'essentiel du commerce européen s'organise ainsi en fonction des besoins allemands.

IV. LA SUISSE

1. Une consommation abondante

Pourvus depuis longtemps en Europe d'un haut niveau de vie, les Suisses ne considèrent plus les fleurs et les plantes ornementales comme des objets de luxe. Les conditions difficiles de la production horticole les apparentent l'hiver aux pays nordiques et facilitent les achats abondants de fleurs. Les Suisses sont des amateurs de fleurs. Toutes les classes de la population achètent des fleurs, plus qu'en Belgique et en Allemagne ; citadins et villageois

s'approvisionnent régulièrement en fleurs. Si les villes réclament des articles de qualité parce que la masse de la population, plus homogène, s'intéresse à des produits chers, tous les villages sont alimentés par de petits horticulteurs locaux fournissant à une clientèle fidèle des fleurs coupées diverses, des plantes en pots et fleuries. Dans les villes les producteurs de banlieue écoulent parfois le surplus de leur production en apportant au marché quelques bouquets achetés par les ménagères, plus rarement ils passent un accord avec des vendeurs ambulants. Ceux-ci préfèrent acheter également à des grossistes pour avoir des fleurs plus belles (76). Dans les villages, la clientèle se contente de bouquets, dans les villes, la demande se porte de préférence sur des arrangements de plusieurs fleurs, ou des préparations décoratives réalisées par des fleuristes professionnels. Ainsi les goûts des Suisses sont attirés par les fleurs vives, rigides, se prêtant après l'achat au transport dans les arrangements : roses, œillets à belles tiges, tulipes colorées piquées au milieu des feuillages.

Pendant très longtemps les Suisses ont été tributaires de deux sources d'approvisionnement : les jardiniers villageois ou de banlieue fournissant les qualités que l'on sait et l'importation à partir des trois principaux producteurs européens, Italie, Pays-Bas et France. Aujourd'hui cette tendance est nettement modifiée ; il importe de comprendre pourquoi.

2. Une production insuffisante

Les statistiques suisses sont d'une pauvreté désolante dans le domaine horticole. Les recensements ont longtemps considéré les jardiniers, seuls producteurs de fleurs, comme des artisans et ils ont été inscrits comme tels. En outre, les statistiques ne distinguent pas dans les productions horticoles les superficies consacrées aux produits maraîchers de celles fournissant des plantes d'ornement ; de même, il est très difficile de séparer les pépinières en général des pépinières ornementales, souvent comptées avec les jardins. Là aussi existe la confusion avec les jardins publics, les parcs privés et les domaines horticoles. En d'autres termes, l'on est obligé de procéder avec grande méfiance en manipulant les chiffres suisses, et les déductions ne s'avèrent pas toujours obligatoirement exactes. Toutefois, si au niveau des superficies cultivées les données sont mouvantes, au niveau de la commercialisation il y a davantage d'exactitude. Les producteurs sont tenus en effet d'indiquer chaque semaine le nombre de fleurs vendues dans chaque variété de façon à permettre aux pouvoirs publics de fixer les contingentements de fleurs à l'importation. Si les chiffres fournis entre mai et octobre sont près de la vérité du fait de l'intérêt des producteurs à être protégés, pendant la saison hivernale où la production suisse baisse, les chiffres indiqués sont beaucoup plus sujets à caution. Ces réserves faites, on peut examiner la localisation des exploitations et la production de l'horticulture ornementale.

La Suisse ne possède ni Ligurie ni Flandre orientale : tard venue à l'horticulture, elle n'a pas constitué un ensemble cohérent de cultures florales. Comme toujours en pareil cas, les jardiniers des banlieues ont été les précurseurs ; les premiers, ils ont développé l'horticulture ornementale lors de l'accroissement de la demande. La reconversion des maraîchers en floriculteurs a donné une impulsion nouvelle, aidée par l'installation de quelques spécialistes des plantes vertes et fleuries parfois venus de l'étranger. Le choix des horticulteurs s'est porté sur les régions abritées des versants bien exposés : coteau du Léman, des lacs de Neuchâtel et de Bienne, lacs de la frontière italienne (en liaison avec des producteurs italiens) puis régions proches des villes : banlieues de Genève, Zurich et Berne.

---

(76) C.N.C.E. : *Le marché des fleurs coupées en Suisse* - 1964.

La géographie horticole suisse est facile à dresser dans son ensemble, il est plus délicat de préciser dans le détail les activités des floriculteurs et des pépiniéristes (77).

On remarque la faible importance des horticulteurs ornementaux (fleurs coupées et plantes en pots), de dix à vingt par canton seulement. Pour des cantons peuplés comme celui de Berne, ou favorisés par le climat comme celui du Tessin, le chiffre est bas. La Suisse centrale, autour du lac des Quatre-Cantons, et les Grisons avec moins de cinq exploitations spécialisées sont délaissés par les horticulteurs pour trois raisons : la difficulté des communications, la faiblesse de la densité urbaine, la rudesse du climat de montagne. Les pépiniéristes par contre sont assez nombreux sur les rives du Bodensee et dans le Valais en aval de Sion. Dans les deux cas la spécialisation est double car aux pépinières fruitières s'ajoutent en complément les pépinières ornementales.

Sur les bords du Léman on distingue trois groupes horticoles. A l'ouest, la banlieue genevoise avec Troinex, Carouge et Saconnex ; au centre la région lausannoise depuis Nyon, Morges et Rolle jusqu'à Renens, Pully et Lutry, à l'est enfin autour de Montreux se trouvent d'anciennes exploitations à Clarens, La Tour-de-Peilz et de nouvelles entre Villeneuve et Aigle dans la plaine du Rhône. D'Yverdon à Bienne, les bords du lac de Neuchâtel comptent Yverdon, Vaumarcus, Saint-Aubin, Bevaix, Cortaillod, puis dans l'ensellement précédant le lac de Bienne, Ins, Erlach et Landeron. En dehors de quelques exploitations autour de Lugano et de Locarno, les autres groupes horticoles se trouvent dans les banlieues urbaines, mêlés aux maraîchers et aux maisons résidentielles : banlieue bâloise (Münchenstein, Binningen), zurichoise (Opfikon-Dübenforf au nord de la ville et le long du lac jusqu'à Meilen-Mannedorf), bernoise (de Bollingen jusqu'à Uetendorf et Steffisburg), enfin au sud-est de Bodensee la région d'Altstäten groupe quelques exploitations de pépiniéristes et de producteurs de plantes en pots.

Bien que très faibles encore, les surfaces consacrées à l'horticulture ornementale sont en rapide accroissement. En effet, depuis une dizaine d'années des changements profonds sont survenus en Suisse ; l'expansion des surfaces est un fait récent. Le marché intérieur s'est organisé avec l'installation de quatre *Blümenborse* (Bourses aux fleurs) à Zurich, Saint-Gall, Bienne et Berne qui commercialisent, surtout celle de Zurich, la production suisse à des prix avantageux. Ensuite, beaucoup de jardiniers des banlieues urbaines ont converti leur exploitation en la spécialisant dans quelques produits horticoles, fleurs coupées, plantes en pots. Un grand nombre d'exploitations maraîchères de banlieue ont abandonné totalement ou partiellement la production des légumes pour s'intéresser à la fourniture de fleurs. L'accroissement urbain a permis cette mutation facilitée d'ailleurs par la faible concurrence établie entre les divers producteurs exclus des régions favorables où ils auraient pu se regrouper, par exemple sur le bord des lacs et obligés de rester là où ils avaient pris pied dans les banlieues de villes comme Genève, Bâle, Zurich, Berne. La concurrence des constructions urbaines élevant le prix des terres, seuls les horticulteurs déjà à la tête d'une exploitation ont pu envisager leur transformation ; la place est interdite aux nouveaux venus. Ainsi le nombre des producteurs suisses, après s'être développé entre 1945 et 1960, plafonne maintenant autour d'une centaine de grosses entreprises horticoles ornementales.

3. Une spécialisation croissante

Le recensement agricole de 1955, le dernier à présenter des chiffres acceptables, indique 4.839 hectares de cultures horticoles en pleine terre et 202 hectares sous abri ou sous verre. Il faut retrancher de cette superficie environ 1.500 hectares de jachère. Dans la superficie restante on estime que 15 % des superficies consacrées à l'horticulture en général, soit

(77) Moser : *Blumenbörsen in der Schweiz. — Deutsche Gärtnerbörse*, août 1934.
Des renseignements sur la production sont publiés dans « Verkaufsgenossenschaft für gärtnerische Produkte ». Zürich und Umgebung. Ed. annuelle.

537 hectares, sont occupés par les fleurs, les arbustes d'ornement et les plantes vertes. Le Bureau Fédéral des Statistiques de Berne ne précise pas ce qu'il entend par arbustes, puisqu'il compte à part les pépinières d'ornement et les roseraies à ciel ouvert (504 hectares, soit 14 % des superficies). Lors du dénombrement précis des superficies sous verre la difficulté surgit. Il y a trois catégories d'abris vitrés : les châssis, les serres froides, les serres chauffées. Leur production ne correspond pas aux mêmes buts. Ces abris totalisent 220 hectares environ de cultures maraîchères et florales. En tenant compte de l'ambivalence de beaucoup d'exploitations (les serres à concombres se prêtant bien à des cultures florales peu exigeantes et le maraîcher commençant ainsi sans trop de risques son apprentissage dans ce domaine très délicat), on peut avancer qu'en 1962, 98 ou 100 hectares sont voués sous serre à la production ornementale. Une enquête de 1962 auprès des cent trente-trois principaux producteurs floraux de Suisse a indiqué 55 hectares destinés aux fleurs coupées et 44 aux plantes ornementales en pots. Sur les 55 hectares de fleurs coupées, 86 % étaient produites sous serre chauffée et 11 % sous châssis.

La culture des roses en pépinières s'est fortement développée ces dernières années et représente aujourd'hui, dans différentes entreprises, la principale culture. La superficie des cultures de roses (sauvageons inclus) des exploitations membres de l'Association des Pépiniéristes Suisses se monte pour 1963-64 à 42 hectares et la production annuelle est de deux millions de pièces environ.

Par ailleurs il est certain que les horticulteurs suisses résistent mal aux progrès de l'urbanisation ; ils réduisent de plus en plus les superficies florales en plein air. Les villes recherchant les endroits ensoleillés chassent les horticulteurs de plein air des bords du Léman ; il ne leur reste plus alors qu'à envisager l'installation de serres chauffées dans des régions subissant des conditions climatiques plus rigoureuses. Les surfaces en plein air diminuent, les 1.041 hectares de plein air de 1955 (y compris 117 hectares de plantes vivaces) ont certainement régressé au-dessous de 1.000 hectares. Sur ce total, les professionnels estiment que les superficies consacrées aux fleurs coupées ne dépassent pas 96 hectares. Ainsi, ces différentes données statistiques classent la Suisse au rang des petits producteurs, alors que la consommation par habitant est l'une des plus fortes d'Europe. Cependant la production augmente sans cesse en valeur, ce qui laisse supposer une transformation interne de l'horticulture suisse et montre les progrès de sa spécialisation.

La production suisse de fleurs et de plantes ornementales, connue par le biais du Service des Exportations et des Importateurs de la Division du Commerce, à Berne, précise les quantités fournies chaque semaine au marché intérieur, les Suisses n'étant pas exportateurs. Il y a lieu de supposer qu'une partie n'est pas déclarée du fait des ventes directes de producteur à consommateur, surtout dans les villages, du fait de l'approvisionnement direct de certains fleuristes urbains genevois ou zurichois chez le producteur. Ainsi un dixième au moins du total produit n'est pas recensé. Le volume de la production officiellement déclaré est néanmoins en constante augmentation : de 16.600.000 fleurs en 1961 il passe à 20 millions en 1963. Trois fleurs dépassent les 2 millions d'unités produites annuellement : les tulipes, les roses, les œillets ; puis viennent dans l'ordre décroissant les chrysanthèmes, les jonquilles, les iris. Les fleurs à bulbes représentent 27 % des fleurs coupées, et les tulipes, avec 2.087.900 unités sont l'espèce principale (15 %). Les autres fleurs coupées s'inscrivent pour 64 % de la production, dont 6.195.000 œillets (31 %), 4.530.000 roses (22,6 %), les chrysanthèmes atteignent 8 %.

Ainsi les bulbes fournissent le quart de la production des fleurs coupées suisses. Les Pays-Bas sont le principal pays exportateur de bulbes à destination de la Suisse, mais quelques établissements du Tessin commencent à alimenter en bulbes les producteurs nationaux. Sur près de 3 millions de fleurs de tulipes 25 % proviennent de cultures de pleine terre et 75 % de cultures sous abri. La proportion de ces dernières tend à s'accroître, la Bourse de Zurich qui ne commercialise que des produits suisses enregistre un pourcentage de 20 à 80 % pour les deux catégories. Les Tessinois estiment que leur production est largement compétitive avec les produits hollandais, trouvant même que leurs qualités sont supérieures à celles importées. Les tulipes sont des fleurs en rapide développement sur le

marché suisse : la production atteint en 1963 une valeur de 1.100.000 F.S. et l'importation 1.860.000 F.S., les deux chiffres étant en augmentation respective de + 30 et + 25 % sur 1962. Jonquilles, iris et freesias sont également en production croissante, tandis que les autres fleurs traditionnelles, glaïeuls, dahlias, gerberas, anémones et lis sont stationnaires (2 à 1 % de la production totale de fleurs coupées).

Pour toutes ces fleurs obtenues à partir de bulbes, la Suisse est encore largement tributaire de l'importation à partir des trois principaux pays producteurs.

La situation est tout à fait différente dans le domaine des roses et des œillets. Ici la production suisse s'efforce de suivre les progrès de la demande et même de diminuer les importations. Les œillets avec 31 % des fleurs produites en 1963 (6.200.000 fleurs) sont en rapide progression (+ 27 % en trois ans). En Suisse l'œillet Sim est presque uniquement cultivé (plus de 98 % des œillets) et bien que représentant de très grosses sommes au stade de la commercialisation de gros, 2.700.000 F.S. en 1963, la production demeure encore très inégale. Si quelques spécialistes anciens obtiennent des qualités de premier choix, beaucoup ne fournissent que des qualités secondaires. L'écoulement d'une telle marchandise est assez facile du fait que les revendeurs réussissent à constituer des bouquets de tiges courtes qui plaisent malgré tout à la clientèle. La situation est identique dans la production des roses : les 4.500.000 roses produites en 1963 sont loin d'être toutes de première qualité. Leur prix unitaire est plus élevé que celui des œillets à la production (2.700.000 F.S., soit la même valeur pour 1.600.000 fleurs de moins) mais il y a beaucoup de second choix. Les variétés sont les mêmes que celles cultivées sur la Côte d'Azur, la plupart sont des créations Meilland, mais les roses hollandaises et azuréennes d'importation sont plus longues, plus rigides, plus durables dans les vases car mieux soignées lors de la croissance. *Baccara* et *Superstar* couvrent plus des trois quarts des superficies consacrées aux roses sous serre, et cela au détriment des roses allemandes et hollandaises (*Perl von Aalsmeer* en particulier). La tradition horticole n'est pas suffisamment ancienne en Suisse pour que des spécialistes se soient formés à la longue expérience de la production. On trouve d'ailleurs souvent des techniciens étrangers dans les exploitations qui veulent produire de belles qualités. Quelques horticulteurs des rives du Léman s'efforcent d'obtenir des *Baccara* en plein air : ils fournissent cinq cent soixante-dix mille fleurs en 1963 à Genève, Lausanne et Montreux, avec l'aide de quelques ares de culture dans la région bâloise.

Une fleur que la plupart des horticulteurs essaient de promouvoir dans les pays à long hiver est le chrysanthème, surtout les variétés à petites fleurs. Un très grand nombre de cultivars a été mis au point, et chaque année apporte sa moisson de créations. Un tiers de la floraison est obtenu sous serre, avec régime de croissance contrôlée, hâtée ou retardée, pour éviter l'engorgement du marché à l'automne. Quelques producteurs enfin poussent l'extension des variétés offertes jusqu'à l'obtention de fleurs délicates comme les orchidées (quelques milliers d'unités).

4. Des entreprises puissantes

La production en cours de développement cache la transformation rapide de l'horticulture suisse. Cette évolution peut être dégagée par l'examen de quelques exploitations types.

Dans la banlieue genevoise, un maraîcher a converti son exploitation voici trente ans. Installé au sud de la banlieue genevoise il s'est lancé, sans aucune préparation, dans la culture des rosiers. A l'heure actuelle il est à la tête de 12.000 mètres carrés de serres. La moitié est formée d'anciennes serres à concombres, basses, en partie en bois, et qui permettent de produire des *gerberas*, des *lis speciosum* et des *arums*. Par contre un bloc de 4.000 mètres carrés est construit pour la production de roses et représente un niveau technique très élevé. Les quatre serres sont hautes, spacieuses, avec armature métallique et

possèdent aération automatique, chauffage au mazout réglé par thermostat, déclenchant le jour l'aération, la nuit le chauffage. Les brûleurs à soufre sont nombreux et des ventilateurs brassent l'air en permanence. Les rosiers proviennent du cap d'Antibes et d'Allemagne ; la production s'étale de la fin février à la fin novembre, l'exploitation manque ainsi les ventes intéressantes de fin d'année. Le Laboratoire de Gargenville effectue à intervalles réguliers les analyses de sols nécessaires. L'exploitation fonctionne avec vingt-cinq personnes — chiffre relativement faible. La plupart des ouvriers sont des Espagnols engagés sous contrat ; en outre des contremaîtres et un spécialiste chargé de la culture de tous les bulbes et de la production des chrysanthèmes complètent le personnel.

L'éventail de la production est assez varié : en plus des roses, culture principale, sont fournis tulipes, chrysanthèmes, gerberas, lis, glaïeuls. Un million de bulbes sont achetés chaque année en Hollande, l'achat porte sur des bulbes de deuxième grandeur, peu chers, qui donneront des fleurs convenables mais peu coûteuses. Plus que de belles variétés on recherche des fleurs commercialisables à bon marché. La moitié de la production est vendue d'avance sous contrat à une chaîne de magasins suisses. Cette firme achète 20 % plus cher que les tulipes commandées à Aalsmeer, mais comme les fleurs genevoises n'ont pas voyagé elles sont de plus belle tenue et donc vendues à un prix plus intéressant. Si un aléa climatique ou cultural provoque une baisse imprévisible de la récolte, le producteur prévient la direction de la chaîne de magasins qui intensifie ses achats en Hollande.

Les chrysanthèmes produits sont essentiellement des fleurs coupées. On recherche des fleurs durables, bon marché, on adapte les coloris à la saison, pour l'été des variétés aux couleurs vives, attrayantes, surtout de petites fleurs simples, pour l'automne, la clientèle préfère les tons roux, bronzés, les plantations sont donc faites en ce sens. L'établissement ne vise pas la vente lors de la Toussaint qui réclame surtout des plantes en pots. En outre des iris sont forcés ou retardés pour éviter la période des bas prix. L'essentiel de la production est écoulé sur le marché genevois. Une camionnette de l'entreprise dessert chaque jour des fleuristes clients et livre les commandes adressées par téléphone. On envoie ensuite les fleurs réclamées par les succursales de certains magasins. Enfin, en cas de surplus, on réalise des expéditions à la Bourse des Fleurs de Zurich. A la différence des producteurs alémaniques qui commercialisent la totalité de leur production sur le marché de Zurich, les producteurs genevois et vaudois ne l'utilisent que comme soupape de sûreté.

A l'autre extrémité du Léman, sur les derniers coteaux morainiques dominant le lac, dans la banlieue de Montreux, une vieille exploitation s'est spécialisée dans la production des œillets américains. Obtenant 2 millions d'œillets par an, cette entreprise assure le quart de la production suisse. A la différence des cultivateurs méditerranéens recherchant dans les variétés Sim de grosses fleurs colorées, les œillets suisses prisés par la clientèle sont petits. Les fleurs sont classées en quatre choix différents, mais le premier représente le cinquième environ de la totalité. En plus des œillets, dans un secteur de l'exploitation déjà ombragé par de grandes constructions on élabore quelques milliers d'azalées, depuis le pied-mère jusqu'à la plante adulte, parfois fleurie, en tout cas prête à la vente à des détaillants. Enfin chaque année 30.000 cyclamens sortent de l'exploitation.

Pour le chef d'entreprise, le principal problème n'est pas d'ordre économique. Les progrès de l'urbanisme sont catastrophiques dans ces régions pauvres en espace utilisable. Chassé progressivement par les constructions, on accède déjà difficilement avec un camion au cœur de l'exploitation, le propriétaire a dû envisager, comme bien d'autres, une position de repli : ainsi se constitue dans le Valais inférieur, dans la plaine du Rhône en aval de Saint-Maurice, et jusqu'à Villeneuve, une région maraîchère et florale moins favorisée qui ne retrouve que partiellement les avantages climatiques des coteaux du Léman. L'exposition au Midi est remplacée par une situation difficile entre les flancs de l'auge glaciaire, le seul avantage est le terrain plat propice à la construction des serres. Ici on s'équipe en serre automatique capable de produire 100.000 azalées annuellement, et on débute dans d'autres blocs de serres avec la culture de 5.000 camélias et 5.000 rhododendrons. Immédiatement les difficultés ont surgi car la main-d'œuvre est plus difficile à recruter qu'au bord du Léman. On trouve toujours de bons spécialistes suisses, à condition de leur donner un salaire élevé. Les

frais s'élevant de cette manière il faut réduire la main-d'œuvre. Chaque augmentation de salaire se traduit automatiquement par la recherche d'une solution technique éliminant des ouvriers. Les divers secteurs de l'exploitation emploient au total une centaine de personnes, en majorité des Suisses, mais il y a quelques Italiens, Français et Espagnols, des Hollandais par intermittence. La réussite de l'établissement provient de l'habileté des directeurs qui ont chaque fois saisi le moment favorable pour produire de nouvelles variétés. Lorsque les Belges, maîtres incontestés de l'obtention des plantes vertes se sont relâchés dans leur effort, au moment où leur qualité a baissé sur le marché intérieur, les Suisses en ont profité pour avoir de la meilleure marchandise et les ont éliminés en partie. De la même manière l'opération est en cours pour les œillets ; un certain nombre de variétés adaptées aux goûts de la clientèle suisse (œillets polyantha par exemple, petits œillets américains) provenant de boutures expédiées du cap d'Antibes ou du Danemark ont fait diminuer la production d'œillets suisses traditionnels et couvrent une grande partie des besoins du marché intérieur. Pour l'instant l'exploitation profite de la nouveauté de toutes ces cultures pour n'avoir pas de problème phytosanitaire grave à résoudre, énorme avantage économique justifié par le slogan « *les produits suisses sont des produits sains* ».

Cependant l'horticulture suisse ne forme pas un groupe homogène. L'absence de cohésion des producteurs, leur isolement géographique, même si les distances sont faibles en Suisse, ne leur permettent pas de faire face ensemble aux problèmes communs. Leurs affaires étant en pleine expansion, les floriculteurs helvétiques n'éprouvent pas le besoin de s'organiser. A l'imitation de certaines entreprises industrielles, et pour obtenir de meilleurs rendements du personnel, quelques exploitations, et en particulier celles prises comme exemples dans la région de Montreux, intéressent les ouvriers aux bénéfices : 10 % des bénéfices leur sont distribués, et cette forme de socialisme devrait faire école en Suisse comme à l'étranger.

Comme en France, les horticulteurs suisses sont prisonniers des conditions de la distribution : chaque producteur doit se préoccuper de l'écoulement de sa marchandise, quitte à perdre un temps précieux. Il serait bon qu'à l'imitation des Nordiques on en vienne à une horticulture de production, essentiellement préoccupée à élaborer des fleurs, que d'autres (*les Blumenbörse* par exemple) se chargeraient de distribuer.

V. LES PAYS SCANDINAVES

1. LA SUÈDE

La Suède est certainement le pays floricole le plus original d'Europe à cause d'une position géographique qui en fait, avec la région de Leningrad, le producteur le plus septentrional du monde. Le climat brumeux et peu ensoleillé obligeant les Suédois à vivre chez eux explique le goût très marqué de la population pour tous les éléments colorés de la décoration intérieure et en particulier pour les fleurs. Plantes ornementales et fleurs en bouquets sont un des éléments indispensables du cadre de vie. La population dispose d'un haut niveau de vie, donc d'un pouvoir d'achat élevé. Le revenu annuel par habitant est de 7.200 francs contre 5.000 en France ; on trouve un récepteur de télévision pour six habitants, un réfrigérateur pour deux foyers. Le commerce floral est donc en progrès et la dépense moyenne par habitant atteint annuellement 12 francs (chiffre de 1963) (78).

Au nord du 60e parallèle, latitude de Stockholm, la culture florale est impossible, la brume obscurcit le ciel de 200 à 250 jours par an. En 1958, la capitale n'a connu que 80 jours

(78) C.N.C.E. : Le marché des fleurs en Suède - 1963.

de soleil seulement. Au sud du 60e parallèle les conditions ne sont guère plus clémentes, le printemps sec et froid, l'automne hâtif et pluvieux gênent la floriculture de plein air. Aussi les cultures de plein air sont-elles de faible valeur, les aléas climatiques empêchant d'obtenir une qualité régulière et de valeur. Des cultures de plantes en pots sont parfois entreprises, mais elles retrouvent un abri vitré dès la fin de l'été.

Pays producteur, la Suède est également un pays importateur. Les Suédois sont, avec les Suisses, les plus gros acheteurs de fleurs en Europe. La production locale a essayé de couvrir les besoins du marché intérieur. Incapable d'y parvenir, la Suède a ouvert ses frontières aux fleurs méditerranéennes puis hollandaises et danoises ; la consommation croissant plus vite que la production, il s'ensuit un progrès dans les importations. A l'heure actuelle le marché suédois est l'un des plus suivis par les exportateurs européens. Près d'un Suédois sur deux vit à la campagne ou dans de petites villes ; mais la population urbaine est groupée en trois grandes villes : Stockholm (1.100.000 habitants), Göteborg (410.000 habitants) et Malmö (235.000 habitants) ; onze autres villes ont plus de 50.000 habitants. Les possibilités d'écoulement des produits horticoles sont donc facilitées par cette concentration urbaine d'autant plus qu'une grande part de la population est groupée dans le Gotaland, le Sud. Tout en étant la principale région de consommation, ce bon pays est en même temps une région de production horticole.

La production nationale couvre 65 à 70 % de la consommation totale annuelle, ce sont donc 30 à 35 % des besoins qui sont importés (79). Comme en Allemagne, l'essor des importations est, pour les mêmes raisons, plus rapide que celui de la production intérieure. Les entreprises floricoles ne peuvent s'adapter aux conditions du marché intérieur malgré un magnifique équipement technique et une main-d'œuvre habile. En s'accroissant de 3 à 4 % par an, la production intérieure fait preuve d'une belle vitalité, compte tenu du petit nombre des entreprises, mais les importations augmentent de 10 % chaque année et elles ont progressé en valeur de 90 % de 1956 à 1962.

Céréales et plantes fourragères occupent 83 % des surfaces utiles de la Suède (3 millions 500.000 hectares), les superficies horticoles sont très faibles (5.400 hectares de maraîchage, pépinières et produits ornementaux). Les statistiques les plus dignes de foi, remontant à 1951 indiquent en effet 5.440 hectares répartis entre 7.700 exploitations employant 22.000 personnes. Une diminution des superficies horticoles serait probable, d'après les enquêtes du C.N.C.E. du fait *de l'extension des zones urbaines,* mais frapperait plus le maraîchage que les cultures ornementales. Quantités de serres productrices de tomates sont converties en serres floricoles (processus d'évolution identique à celui de Guernesey) et tandis que régresse la superficie générale horticole, les surfaces protégées par les serres sont en extension. La superficie diminue mais le rendement augmente. Pour tous les usages horticoles les superficies sous serre sont passées de 365 hectares en 1951 à 600 hectares en 1962. Mais, comme en Allemagne, le nombre d'exploitations a diminué ; près de deux mille ont été absorbées par leurs voisines ou ont disparu pour faire place à des constructions.

On peut évaluer à 550 hectares les superficies occupées en Suède par les cultures ornementales en plein air. Dans les onze provinces du Sud, 153 hectares sont occupés par des serres floricoles et 40 hectares par des pépinières ornementales. Sous serre, fleurs et feuillages couvrent en tout 240 hectares.

La répartition des cultures ornementales en Suède répond à deux impératifs : le premier de consommation, le second climatique. Les provinces de Stockholm et d'Orebrö (entourant le lac Malaren à moins de 100 kilomètres de la capitale) ont une horticulture de type périurbain. Les autres provinces floricoles sont étirées le long du Kattegat dans la région la plus méridionale de Suède. De Stromstad, à la frontière norvégienne, à Malmö en Scandinavie, le littoral est occupé, sporadiquement, par les cultures florales. Seules les provinces de Kalmar et de Götland (île de la Baltique) échappent à cette position.

---

(79) La production florale des pays nordiques. *F.H.*, nos 146, 146 et 148, et *B.T.I.* 1, 1963.
Production et marché sont étudiés dans deux articles de *Deutsche Gärtnerbörse,* août 1934.

Une douzaine de provinces concentrent dans le Sud l'essentiel de la production horticole (plus des deux tiers en surface et des trois quarts en valeur).

RÉPARTITION DES CULTURES ORNEMENTALES EN SUÈDE

	Pleine terre	Sous serre	
		Fleurs et feuillages	Plantes en pots
Jönköping	16,3 ha	3,6 ha	2,3 ha
Orebro	13,7 ha	3,6 ha	1,8 ha
Hallands	20,7 ha	11,3 ha	2,7 ha
Göteborg	32,6 ha	14,2 ha	4,2 ha
Alvsborg	19,8 ha	8,3 ha	4,7 ha
Ostergötland	37,8 ha	43,5 ha	3,7 ha
Stockholm	96,6 ha	34,4 ha	13,5 ha
Malmö	89,1 ha	58,8 ha	9,8 ha
Kristianstad	36,8 ha	9,9 ha	5,6 ha
Götland	3,3 ha	0,6 ha	0,5 ha
Kalmar	14,4 ha	3,9 ha	3,6 ha
TOTAL	381,7 ha	153,4 ha	53 ha

L'essentiel des cultures en plein air est concentré dans l'Alvsborg et le Göteborg (autour de Göteborg, Molndal, Boräs et Alingsäs). Les fleurs cultivées ici ne sont pas l'objet d'un commerce lointain. Fleurs à bouquets, fleurs rustiques mais très décoratives du fait de leur grande variété de coloris comme asters, zinnias, chrysanthèmes (80), etc., sont vendues dans les grandes villes suédoises. Les œillets américains produits dans d'immenses serres sur 25 à 28 hectares sont concentrés autour de Malmö (24 hectares sur 37) puis de Kristianstad (5,88 ha) et de Halland (3,5 ha). Les chrysanthèmes à petites fleurs sont en accroissement rapide : 35 hectares dont 14 dans la province de Stockholm, 6 à Göteborg et 4 à Alvsborg.

Les feuillages (*asparagus plumosus* et *andiantum*) demeurent la spécialité de Malmö (17,96 hectares sur 23,20). Malgré la très forte concurrence néerlandaise et danoise ; les roses couvrent 16 hectares dont 8,43 à Malmö, 4,05 à Stockholm et 1,2 à Göteborg. Les bulbes importés des Pays-Bas fournissent des fleurs coupées sous serre autour de Stockholm (6,28 hectares sur 10,65). Malmö et Kristianstad ont des cultures de bulbes en pleine terre. Enfin, Malmö avec 8,65 hectares et Stockholm avec 5,67 hectares possèdent la moitié des surfaces (26,94 ha) consacrées aux fleurs à bouquets ; tandis que Stockholm affirme sa prépondérance dans le domaine des plantes en pots : 13 hectares sur 49, précédant Malmö (9,6 ha), Alvsborg (4,62 ha) et Kristianstad (4,44 ha).

En supposant que la production totale des fleurs de pleine terre a une valeur proportionnelle à la valeur partielle obtenue pour six provinces (cf. tableau) la valeur des fleurs de pleine terre produites en Suède pourrait être de l'ordre de 6.500.000 couronnes. Sous serre une estimation indique 90 millions de couronnes. Donc avec la moitié des superficies des fleurs de plein air, les fleurs sous serre fournissent une valeur une douzaine de fois plus grande. On saisit le danger des comparaisons portant sur les surfaces : en plein air les fleurs sont de qualité très inférieure.

Les horticulteurs suédois utilisent largement les progrès des techniques. Ils ont adopté le principe des abris en matière plastique : dans les pépinières ornementales par exemple le rendement de certains arbres est sextuplé. Les abris comportent une double paroi de polyéthylène enserrant des spires de résistances électriques. Un tel système de chauffage donne d'excellents résultats sur la croissance de jeunes plants. La luminosité demeure

(80) *R.H.* 3, 1963. Culture spéciale du chrysanthème en Suède.

toujours un obstacle essentiel. L'éclairage des serres se généralise pour compenser l'insuffisance du soleil ; les cultures se développent moins vite que dans les régions plus favorisées. Les Suédois estiment que — même dans le Sud — le rendement de leurs cultures atteint seulement les trois quarts des productions sud-européenne ou américaine.

La production suédoise ne rencontre guère de concurrence : les fleurs de pleine terre sont seulement produites à la « saison chaude », les plantes ornementales et les fleurs de serre doivent tenir compte de la faiblesse de l'insolation : leur apport sur le marché intérieur est surtout abondant de mars à septembre. L'expansion de la floriculture est uniquement due à l'essor de la culture sous serre (augmentation de 20 % en sept ans) ; fleurs de bulbes, œillets, roses et chrysanthèmes ont connu le développement le plus marqué.

2. LE DANEMARK

Un pays pionnier

Pendant longtemps le Danemark n'a pas figuré sur les listes de production horticole européenne. Disposant d'un faible marché intérieur, peu favorisés par un climat frais et brumeux, quelques producteurs de plantes ornementales cultivaient une marchandise destinée aux principales villes et surtout à la capitale. Depuis une dizaine d'années deux éléments sont intervenus et ont complètement modifié la situation de l'horticulture danoise. Le progrès des techniques agricoles et la possibilité d'user des serres pour l'obtention d'une production continue ont d'abord permis aux horticulteurs d'accroître leurs ventes et de les poursuivre toute l'année grâce à un milieu de culture artificiel. Ensuite les modifications de frontières et l'isolement politique de Berlin-Ouest ont offert un débouché aux plantes danoises au moment où les Suédois et les Norvégiens devenaient importateurs de plantes en pots et de fleurs coupées. Les Danois, sous l'impulsion de quelques firmes, ont rapidement monté une production de grande valeur, atteignant un rang très honorable parmi les producteurs européens, les exportations danoises dépassent en valeur celles de la France.

L'horticulture, au démarrage précaire, est tout de suite devenue spécialisée (81), s'efforçant d'être compétitive sur le marché nord-européen ; il lui faut être capable en effet de résister aux prix concurrentiels offerts par les Néerlandais. Dans un premier temps les Danois ont fourni des plantes en pots et des feuillages, asparagus surtout. La profession faisait une large place à l'organisation coopérative ; les producteurs, groupés, s'attaquèrent ainsi aux marchés allemands et suédois. La situation géographique du Danemark est en effet exceptionnelle. Le seul inconvénient est l'isolement de la Suède nécessitant un transbordement maritime. Aussi l'utilisation de petits avions à faible rayon d'action s'impose-t-elle tandis que les longs détours routiers ne rebutent pas les expéditeurs vers Berlin (Tempelhof reçoit des envois de produits ornementaux).

Quelques firmes sont devenues les principales productrices européennes, et même mondiales, de boutures d'œillets et de chrysanthèmes. L'organisation a vite dépassé le cadre strictement national et s'est étendue, par le biais de filiales, à l'Italie, l'Allemagne, la France, le Royaume-Uni et surtout l'Afrique du Sud. L'importance fut telle que des sociétés horticoles américaines ont mis une partie de leur capital dans les intérêts d'une firme danoise. Seules les maisons concurrentes de Ligurie et des Alpes-Maritimes résistent, pour l'instant, à la concurrence. Les Hollandais, producteurs d'un plus petit nombre de boutures mais très connus par la qualité de leurs produits, alimentent leurs propres cultures et sont à même de préserver leur patrimoine des visées expansionnistes des floriculteurs danois. L'évolution

(81) P.H.M. 6, 1963 : Giuglaris, *La floriculture danoise.*

coopérative s'est faite surtout autour de Copenhague et dans l'île de Fionie où la firme G.A.S.A. a réussi à créer un des marchés de production les plus perfectionnés d'Europe par ses techniques d'approvisionnement et la stabilité de ses prix.

La G.A.S.A. d'Odense.

Il existe au Danemark vingt-trois organisations coopératives de vente. La plus importante est la nouvelle « Gartneres Salgsforoming », ou G.A.S.A., à Odense.

La G.A.S.A. compte 1.200 membres (82). C'est une coopérative entièrement contrôlée par les producteurs et gérée comme une société à responsabilité limitée sans aucun subside du gouvernement. Le capital d'investissement nécessaire pour la construction des nouveaux bâtiments modernes a été fourni en partie par la vente des terrains et constructions de l'ancienne coopérative, en partie par les réserves de capital et le crédit agricole sous forme de prêts remboursables en dix ans à 15 % d'intérêt.

En 1964 le chiffre d'affaires de la G.A.S.A. représentait 69 millions de francs ainsi répartis :

	En millions de F	En pourcentage du total
Plantes en pots	10	14,5
Fleurs	24	34,8
Fruits	12	17,4
Légumes	23	33,3
Total	69	100

L'exportation est le principal débouché des produits vendus par la coopérative, en particulier pour les fleurs, l'asparagus et les plantes en pots pour lesquelles il a atteint en 1964 18,6 millions de francs contre 13,8 mllions en 1963. Les exportations se sont surtout développées au cours des cinq dernières années.

Au cours de l'année 1966 l'évolution des affaires n'a pas suivi l'essor escompté. Le chiffre d'affaires total de la G.A.S.A. n'a augmenté que de 3,8 % pour atteindre 4,7 millions de couronnes danoises, dans ce chiffre étant comprises les valeurs des marchandises fruits et légumes.

Le chiffre d'affaires des fleurs coupées a représenté 51,8 % du montant total, et les exportations (38,5 millions de C.D.) ont couvert 58,1 % des ventes totales. L'asparagus plumosus s'est mal écoulé sur les marchés européens, tandis que les plantes en pots ont subi une augmentation de 10,5 %. Si les quantités ont stagné ou même connu un certain progrès, les prix sont restés les mêmes dans l'ensemble.

Le bureau directeur est élu par les membres de la coopérative. Chaque membre dispose d'une voix quelle que soit l'importance de son exploitation et de son chiffre d'affaires. Le personnel administratif comprend soixante personnes, sur un effectif total de 500 personnes employées à la G.A.S.A. La main-d'œuvre affectée au triage, emballage, à la vente et au transport, en tout 440 personnes, est essentiellement féminine. Trois contremaîtres supervisent les opérations.

En devenant membre de la coopérative, *le producteur est soumis à l'obligation d'apport total.* Il dépose une caution de 178 francs environ. La coopérative prend 8 % sur chaque vente et 3 % en plus, soit 11 %, lorsqu'il s'agit de fleurs, pour couvrir le financement des exportations. Les frais de triage et d'emballage sont calculés à part.

Menées simultanément les ventes ont lieu tôt le matin. En pleine saison, 2.100 ventes

(82) Bulletin du C.N.C.E. de juillet 1965.

de légumes et 2.000 de fleurs peuvent être effectuées chaque jour. La moyenne horaire étant de 650 à 700 ventes, les opérations totales durent environ trois heures.

Les producteurs danois sont souvent, dans leurs serres, maraîchers et floriculteurs ; si bien que les chiffres mentionnant l'importance de l'horticulture tiennent compte de ces activités mixtes plus importantes ici qu'en Allemagne fédérale et en Belgique. La spécialisation est le résultat d'une situation économique plus que d'une vocation ornementale. Que la conjoncture se détériore et l'on verra le mouvement inverse se produire, les plants d'asparagus remplacés par les concombres ou les tomates. Voilà l'exemple d'une horticulture scientifiquement et hautement spéculative.

La culture de l'*asparagus plumosus* dans l'île de Fionie est l'exemple de cette adaptation à une situation de marché. En dix ans, la valeur de la production d'asparagus plumosus de l'île danoise de Fionie est passée de 2,8 millions à 13,8 millions de francs. L'organisation ultra-moderne de la distribution et de la commercialisation de la G.A.S.A. d'Odense a sans doute joué un rôle primordial dans cette expansion. L'île de Fionie compte actuellement plus de 250 producteurs spécialisés dans la culture de l'asparagus plumosus, exploitant une superficie totale de 40 hectares de serres vitrées. En 1964, 114 millions de branches d'asparagus ont été produites dans l'île. Une exploitation occupe 5 acres (2 ha) et comprend des serres larges de 42 pieds (12,8 m environ) chauffées à la vapeur. Le coût du chauffage pour les 2 hectares se situe autour de 206.400 francs. Pendant la plus grande partie de l'année, la température des serres est maintenue entre 15°,5 et 18°,3 C.

Dans le passé, les semences étaient importées des pays d'Europe méridionale, en particulier d'Italie. A l'heure actuelle, de nombreux producteurs danois trouvent que les semences importées, souvent mal sélectionnées, sont insuffisantes pour répondre aux exigences de plus en plus grandes de qualité sur les marchés d'exportation. Les producteurs et chercheurs danois essaient de trouver des sélections qui seraient rentables en hiver. En effet, les meilleurs cours sont obtenus pendant la période hivernale et au début du printemps. Le producteur ralentit sa production pendant les mois de mai et juin en maintenant une température assez fraîche dans les serres, une bonne ventilation et un ombrage rationnel, ainsi les plants gardent assez d'énergie en réserve pour la récolte d'hiver pendant laquelle ils donnent 20 à 25 % d'extra à la coupe.

Certains horticulteurs intercalent des plants de tomates dans les plantations d'asparagus ; cela nuit à la qualité des deux produits. Une bonne récolte d'asparagus peut rapporter environ 55,05 à 68,80 francs par *square yard* (0,83 m²) pour un coût de production de 34,52 F, le plus souvent la marge est plus faible. Cela vaut donc la peine de produire de l'asparagus en culture spécialisée.

Dans les serres, le gaz carbonique est utilisé en général à partir de 4 heures du matin et surtout au printemps au moment des grandes coupes. En été, au contraire, l'emploi du CO_2 est peu payant de sorte qu'il est utilisé de façon discontinue seulement. La coupe est faite chaque semaine ; la totalité de la récolte est livrée à la G.A.S.A. Environ 50 % de la production danoise d'asparagus plumosus est de seconde qualité. Cela présente quelque inconvénient, par exemple, celui d'être invendable en Suède où n'entre que de l'asparagus de première qualité. Par contre, l'asparagus danois convient très bien au marché allemand et jusqu'à présent il y trouve son plus gros débouché.

Les producteurs danois craignent la concurrence d'autres pays producteurs comme l'Italie ou même la Floride où la culture se développe rapidement. Le sol des serres est testé six ou sept fois par an et mis en observation soignée avec l'aide des spécialistes de la G.A.S.A. d'Odense.

Lorsqu'une plantation est terminée (après trois ou cinq ans) (83) et avant la nouvelle plantation, le sol est renouvelé et un traitement à la vapeur est pratiqué. L'ancienne terre est replacée dans les champs et l'on y sème plusieurs cultures de moutarde qui sont labourées

---

(83) Dans le Midi européen les plantations d'asparagus restent en terre beaucoup plus longtemps.

chaque année. Cette méthode ainsi que les basses températures hivernales garantissent le rajeunissement de la terre qui a été enlevée des serres et de telle sorte qu'elle pourra être utilisée à nouveau pour une autre plantation d'asparagus, au bout de quatre ou cinq ans.

La G.A.S.A. a institué un système obligatoire de triage. Les œillets, les roses, l'asparagus, le freesia sont triés et emballés à la coopérative. Le triage des autres produits peut être effectué par le producteur selon les règles établies par la coopérative, et sous contrôle des inspecteurs de la G.A.S.A. En principe trois catégories de qualité sont prévues : I (bleue), II (rose) et III (blanche).

Plusieurs halls sont utilisés pour le triage et l'emballage mais le plus spectaculaire est sans aucun doute celui affecté à l'asparagus. Les opérations de triage et d'emballage portent sur la production de deux cent cinquante membres de la coopérative. Ce hall a une superficie de 23 acres ; il est divisé en deux baies, l'une pour le triage, l'autre pour le bottelage, 180 à 230 ouvrières y travaillent 45 heures par semaine. Ce qui donne une capacité moyenne de 4 tonnes d'asparagus manipulées par jour, ou plus de 12 millions de branches. Avant 11 heures du matin, les producteurs livrent leur coupe du jour, assemblée en gros ballots, les ballots sont pesés. La fiche matricule du producteur est accrochée aux ballots qui sont ensuite dirigés vers une des dix-huit tables de triage, à l'aide de transporteurs à bandes. Les ouvrières posent les branches d'asparagus sur la table où trois calibreurs les prennent en charge et les posent dans une série de bretelles installées sur un transporteur automatique et surélevé. Les branches d'asparagus sont réparties suivant leur grandeur et leur qualité en neuf catégories qualitatives. Chaque bretelle est ensuite pesée. La rétribution du producteur est calculée sur la moyenne obtenue pour les différents grades pendant la semaine. Après le triage et le pesage, l'asparagus est dépouillé de l'identité du producteur. Il est transporté par le convoyeur automatique et surélevé vers le hall de bottelage où l'attendent quatorze tables. Les bretelles contenant l'asparagus sont automatiquement dirigées sur la table correspondant à leur catégorie qualitative. Le bottelage de l'asparagus est fait par 50 tiges. Les bottes sont dirigées vers l'entrepôt où elles sont placées dans des seaux remplis d'eau, chaque seau contient 10 bottes. Pour éviter des manipulations inutiles les seaux sont placés sur des chariots, chaque chariot a une capacité de 40 seaux.

L'exportation représente 90 % des ventes d'asparagus. La plus grande partie est destinée à l'Allemagne fédérale. De faibles quantités sont dirigées sur les pays scandinaves, l'Autriche, la Suisse et la Grande-Bretagne. La G.A.S.A. a ses propres agents de vente à Hambourg, Vienne, Lund, Helsinki, Gand, Oslo et Stuttgart et doit ouvrir un comptoir de vente à Paris.

En outre le service de triage et d'emballage a une capacité de manipulation de 100.000 œillets par jour ; 40 à 50 ouvrières y sont employées. Les fleurs passent par un trieur électronique qui place les œillets dans des positions différentes selon leur qualité, sur un transporteur à bande. Une ouvrière est préposée à chaque grade. Elle enlève les œillets de la bande roulante et les emballe. Le même système est appliqué aux roses et freesias. Les ouvrières trient et emballent 8 millions de roses et 11 millions de freesias par an.

La coopérative d'Odense dispose de quatre serres climatisées et de quatre présentoirs que les producteurs peuvent louer moyennant une redevance mensuelle de 7 francs. Toutes les plantes exposées sont affectées d'un numéro matricule et les acheteurs éventuels sont mis en rapport avec le producteur par la G.A.S.A. La coopérative se charge également de la transmission de la correspondance destinée au producteur. La coopérative d'Odense a également un service de transport pour l'acheminement des fleurs et des plantes en pots, elle entretient un important parc de camions qui livrent à travers toute l'Europe. Le transport est facturé aux grossistes ou aux acheteurs.

Ainsi le Danemark offre-t-il l'exemple de la méthode et de la discipline dans l'organisation d'un système de production et de vente très perfectionné.

La vitalité de l'horticulture.

Le dernier — et non le moindre — des aspects de l'horticulture danoise est sa vitalité et son désir d'expansion à l'étranger. L'expansion se fait sous la forme classique des

exportations des produits mais aussi sous la forme d'expansion de capitaux et de création de filiales. On en a déjà parlé, citons quelques exemples. Profitant du déclin d'une grande champignonnière créée par la centrale électrique *Nordwestdeutschen Kraftwerke* fonctionnant à la tourbe, une firme danoise a racheté les vieilles serres et sur leur emplacement a réalisé un bloc de plus de 5 hectares de serres modernes pour la production de plantes en pots. La même firme danoise est en pourparlers avec des producteurs suisses pour renouveler ce genre d'opération.

En outre une importante firme danoise de production de plantes en pots vient d'ouvrir une filiale à Hambourg-Rahlstedt, une des principales régions de production horticole de la République fédérale. Les jeunes plants seront importés du Danemark. L'établissement de Hambourg servira également de dépôt pour le transit de plantes danoises. Cet établissement pratiquera exclusivement la vente en gros au commerce et aux fleuristes. De plus, pendant les deux mois précédant les fêtes de Noël les plantes seront également vendues sous forme d'arrangements préparés dans des paniers, des jarres ou des terrines.

Ce jeu des implantations capitalistes étrangères ne va pas sans aléas. Une firme de boutures a été absorbée par une puissante entreprise américaine.

La bulbiculture danoise se développe en s'efforçant d'imiter sa grande voisine néerlandaise. En 1966 les superficies couvrent avec 800 hectares de culture près de dix fois les surfaces dix années plus tôt. Tulipes et narcisses sont les principales espèces cultivées, et la gamme des variétés est sans cesse élargie. Les Danois disposent d'un laboratoire d'Etat à Aarslev, et l'expansion de la bulbiculture, comme aux Pays-Bas, est liée à une intense publicité auprès du public. De nombreux parcs ont été fleuris avec l'aide des bulbiculteurs, de façon à promouvoir les fleurs de bulbes, ce qui a été obtenu, puisque l'on compte que la population adulte de la capitale achète en moyenne chaque année par personne 30 bulbes contre 13 pour le reste du pays. (C.N.C.E. nº 41-66).

Forts de leur technique et de leur réseau commercial qui s'apparente à celui des Néerlandais, moins favorisés par une renommée encore récente, mais plus prompts à adopter les techniques nouvelles, disposant enfin d'un important marché urbain à leurs frontières, les Danois deviennent de grands producteurs, mettent au point des variétés nouvelles (œillets, orchidées) et leur expansion laisse présager des difficultés en Belgique et aux Pays-Bas dans la commercialisation de certaines plantes ou fleurs.

3. LA FINLANDE ET LA NORVÈGE

Finlande et Norvège sont de petits producteurs. Ils sont malgré tout, comme l'Autriche, des importateurs en faibles quantités, leur population dispersée ne constituant pas un bien grand marché de consommation. Les fleurs méditerranéennes et aussi néerlandaises et danoises ne profitent pas de courants d'expédition continus. La distance de livraison est énorme et les avions peuvent seuls réaliser l'approvisionnement des deux principaux centres de consommation, les deux capitales Oslo et Helsinki. Les rigueurs climatiques, la dispersion des centres urbanisés empêchent la constitution d'un commerce intérieur, et les villes de moindre importance sont approvisionnées par des horticulteurs maraîchers de banlieue.

Pour les deux pays, la situation n'est pas brillante, et les horticulteurs résistent difficilement à la concurrence des Néerlandais et des Danois en particulier.

En Finlande, de 1960 à 1965, les superficies sous verre consacrées à la culture des fleurs coupées ont diminué de 11 hectares, tandis que les surfaces consacrées aux cultures de plantes ont connu une légère extension (162 hectares en 1960, 171 en 1965). La récession a surtout frappé les établissements de forçage de bulbes, ce qui traduit la nette influence des Néerlandais.

RÉPARTITION DES SURFACES EN 1960 ET 1965
(en hectares)

Espèces	1960	1965
Œillets	9,2 ha	11,5 ha
Roses	5,3 ha	6,8 ha
Chrysanthèmes	11,6 ha	11,6 ha
Freesias	2,3 ha	1,5 ha
Violettes	0,5 ha	0,5 ha
Autres fleurs coupées	5,8 ha	5,3 ha
Bulbes forcés	16,2 ha	6,9 ha
Feuillages	2,8 ha	2,3 ha
TOTAL	53,7 ha	46,4 ha

Pendant que se dessinait cette récession, les importations de bulbes ont fortement augmenté, représentant une valeur de trois millions de francs en 1960 et de seize millions et demi en 1965. Les plantes en pots de production nationale ont connu une progression assez marquée, sauf les cyclamens. Au total 1.420.000 plantes étaient obtenues en 1960 et 1.730.000 en 1965, ce qui somme toute est un chiffre faible dans le concert des productions européennes.

EN NORVÈGE l'horticulture n'a pu répondre à la demande croissante de produits ornementaux par suite de la difficile situation financière du pays, si bien que le marché norvégien est largement tributaire des importations. Les cultures de fleurs et plantes ornementales conservent des chiffres très modestes et dans certains secteurs de culture des régressions de surfaces se sont même produites. Les superficies horticoles sont cantonnées dans les banlieues, et il est très difficile aux jeunes horticulteurs de créer de nouvelles entreprises, car les crédits sont accordés de façon très restreinte. Les organisations professionnelles et en particulier la Fédération Norvégienne des Négociants Horticoles souhaitent la création, pour les fleurs et les plantes ornementales, d'une organisation commune de publicité analogue à celle qui a été réalisée pour les légumes.

VI. LES ILES BRITANNIQUES

Comme la plupart des régions européennes placées sous des climats peu ensoleillés, les Iles Britanniques sont dans leur ensemble peu propices à la culture des plantes ornementales. Toutefois le sud du bassin de Londres, ainsi que les îles de la Manche, grâce à leur situation méridionale et à la proximité du plus grand foyer urbain d'Europe, ont pu se lancer, avec des fortunes diverses, dans la spécialisation horticole. En outre l'horticulture britannique bénéficie des industries nationales puissantes fournissant à bon compte l'infrastructure de production nécessaire, et du grand avantage d'avoir à sa disposition un vaste marché national. Elle a donc moins à rechercher de débouchés que ses concurrents continentaux.

Anglais et Gallois sont plus aptes à produire des fleurs que les Irlandais et les Ecossais dont les cultures ne donnent pas lieu à un commerce important. Ils doivent se contenter d'approvisionner les centres urbains proches, eux-mêmes ravitaillés pour l'essentiel par les importations (Dublin, Glasgow, Edimbourg). Comme les Allemands, les Britanniques n'ont pas réussi à couvrir leurs besoins, et leur culture, loin de satisfaire la demande, laisse de plus en plus de place aux importations en provenance du Commonwealth, des pays méditerranéens

et du Bénélux, même si pour quelques fleurs à certaines périodes de l'année ils réussissent à être exportateurs.

1. La production est localisée dans le sud de l'Angleterre

La superficie totale en fleurs autres que les bulbes était en juin 1964, selon la National Farmers' Union (rapport du 2 juillet 1965), en Angleterre et Pays de Galles, de 5.509 acres, soit 2.176,69 hectares. Ce chiffre ne tient pas compte des cultures des îles anglo-normandes examinées plus loin et qui constituent un « Midi horticole ».

L'A.I.P.H. indique toutefois dans ses statistiques pour 1963, 5.432 hectares, ce qui est une variation du simple au double et provient de sources différentes, en même temps que du fait que cet organisme recense également les surfaces en jachère. Les serres occupent 396 hectares. En 1965 les cultures de bulbes pour les fleurs couvrent 2.737 hectares, les bulbes en cours de grossissement 2.547 hectares, les fleurs coupées 1.896 hectares, les pépinières d'ornement 3.025 hectares. Les principales régions de production sont le Sud-Ouest : Cambridgeshire (606 acres), Essex (411 acres), Cornouailles (395 acres), Norfolk (343 acres). Le Sussex a l'essentiel des pépinières ornementales tandis que la Cornouailles se spécialise dans la culture des anémones (520 acres en 1966 contre 500 en 1965), des chrysanthèmes et des freesias. La violette subit avec succès une extension de surface. Les Gallois s'intéressent aux dahlias et aux chrysanthèmes cultivés en été en plein air et en hiver sous serre dans les comtés de Glamorgan, Carmarthenshire et Pembrokeshire. Le Devonshire en plus des freesias et des dahlias alimente Londres en fleurettes (anémones, renoncules, primevères, zinnias, calendulas, giroflées de serre) ainsi qu'en géraniums, œillets et glaïeuls. Certains grands établissements y sont spécialisés dans la production de plantes en pots. Plus de la moitié des cultures de rosiers sont localisés au nord de Londres, dans le comté de Hertford. Autour de la station horticole de Kirton Ehs, près de Boston, dans le Lincolnshire, les cultures de bulbes pour la fleur coupée se développent. Plus au nord, le Lancashire a des cultures d'œillets.

La bulbiculture intéresse 7.065 acres pour la production des fleurs coupées et 6.176 acres pour la production des bulbes. Le centre de bulbiculture est situé dans le « Holland District » du Lincolnshire, sur les polders des Fens. Bien équipé en serres de forçage, il fournit la moitié des produits de la bulbiculture anglaise comme il apparaît sur le tableau suivant dressé par la National Farmers' Union en juin 1964 (84) :

	Lincoln Holland	Angleterre et Pays de Galles
BULBES POUR FLEURS COUPÉES :		
Narcisses	2.230 acres	4.618 acres
Tulipes	1.316 acres	1.755 acres
Autres bulbes	168 acres	692 acres
TOTAL	3.714 acres	7.065 acres
BULBES POUR GROSSISSEMENT :		
Narcisses	1.895 acres	3.242 acres
Tulipes	1.584 acres	2.578 acres
Autres bulbes	189 acres	356 acres
TOTAL	3.668 acres	6.176 acres
TOTAL GÉNÉRAL	7.382 acres	13.241 acres

(84) Le C.N.C.E. publie régulièrement les superficies cultivées au Royaume-Uni dans le *Bulletin des Fleurs et Feuillages*.
Les cultures d'œillets font l'objet d'une étude particulière : *Le marché des œillets* (C.N.C.E., 1965).

STATISTIQUE 1965
(D'après Ministry of Agriculture, Fisheries and Food.)

1. SUPERFICIE EN PLEINE TERRE :

Bulbes à fleurs coupées	2.737,51 hectares
Bulbes pour oignons	2.547,37 hectares
Autres fleurs en plein air	1.896,36 hectares
Pépinières d'ornement	3.025,59 hectares

2. SUPERFICIE SOUS SERRE :

Surface de chrysanthèmes	92.40 hectares
— d'œillets	85,20 hectares
— de roses	54,80 hectares
— de plantes en pots autres que chrysanthèmes	56 hectares
— de plantes en pots pour feuillage	18 hectares
— autres plantes à fleurs + plants de pépinières	47,20 hectares

Valeur de la production florale sous serre : 12.645.000 livres sterling en 1962-63 contre 9.075.000 livres sterling en 1958-59.

Les progrès de la bulbiculture sont le fruit des efforts des Néerlandais pour accroître leurs expéditions de bulbes à fleurs vers la Grande-Bretagne.

Sous verre la production horticole est importante bien que plusieurs régions aient réglementé la construction des serres et l'aient même parfois interdite. Les surfaces se développent régulièrement, surtout pour les fleurs peu courantes et les plantes en pots, tandis que les trois productions principales, œillets, roses et chrysanthèmes sont en recul. Les bulbes par contre sont en progression rapide.

La valeur de la production horticole est telle que les trois groupes, ornement, fruit et légume fournissent le dixième des revenus agricoles britanniques. Sur un total de 164 millions de livres, les légumes représentent 87,8 millions, les fruits 45,6 millions et les produits ornementaux 30,7 millions, dont 20 millions pour les fleurs coupées.

La production des fleurs sous verre est concentrée autour de Worthing dans le West Sussex où l'intensité lumineuse est la plus forte de tout le pays et dans la Lea Valley à 15 miles seulement au nord de l'agglomération londonienne, en partie en Essex-Herfordshire (rosiers) et Middlesex. La Lea Valley possède à proximité d'un centre de recherche horticole 684 acres sous verre sur un total anglais de 4.030 acres. Il est intéressant de remarquer qu'en Angleterre l'œillet n'est pas la principale des cultures mais le chrysanthème.

SITUATION DES CULTURES ORNEMENTALES SOUS SERRE EN JANVIER - ANNÉES 1965-66 ET 1967 (en ha)

CULTURES	1965	1966	1967
Chrysanthèmes boutures)	17,0	15,4	17,4
Œillets (boutures)	3,2	2,8	2,4
Œillets (fleurs)	74,5	73,7	71,6
Chrysanthèmes (de toute l'année)	29,1	28,3	34,8
Chrysanthèmes (autres)	43,7	57,1	57,5
Roses	53,0	54,6	39,3
Freesias	10,1	9,7	10,1
Bulbes pour forçage	68,8	70,4	65,2
Plantes fleuries	60,3	62,7	69,2
Plantes vertes	15,4	17,4	19,0
Autres fleurs et plantes	67,2	68,0	68,8
TOTAL	442,3	460,1	455,3

(Census of crops grown in glasshouses in England and Wales)

Les espèces à petites fleurs et le très grand nombre de cultivars mis au point par les obtenteurs permettent aux floriculteurs d'offrir une gamme très étendue de ces fleurs. Un quart des œillets est cultivé dans le West Sussex (46 acres) ; on trouve encore 28 acres dans le Hertfordshire et 23 en Essex. Dans le Sussex l'union financière d'un producteur anglais et d'une société danoise a créé une firme qui fournit 600.000 plantes vertes et fleuries par an. Le débouché commercial est obtenu grâce à un accord passé avec une chaîne de grands magasins. Ce panorama ne saurait être complet sans la mention de cultures en Ecosse orientale (Clydeside) où sont obtenues des tulipes et des jonquilles, dans les îles Sorlingues où croissent les jonquilles et même en Eire, où dans le West Cork, des bulbes fournissent un début de récolte de fleurs coupées commercialisées à Dublin, mais aussi à Belfast et Liverpool.

En Ecosse, la plus grande partie des superficies sous verre utilisées pour la production des fleurs à couper est concentrée dans le Sud-Ouest et plus particulièrement dans les comtés de Lanark et Ayr. Le premier alimente le marché de gros de Glasgow ; à Ayr existe un marché qui redistribue les produits jusqu'à Edimbourg. Les banlieues de Leith et d'Edimbourg ont des serres de culture tandis que les environs d'Aberdeen et de Stonehaven ont surtout des cultures de plein air. Il en est de même d'ailleurs pour les cultures des banlieues de Perth et Dundee. La moitié des pépinières est également concentrée dans les régions de l'Est, la bulbiculture se développe surtout autour de Kincardine et Aberdeen.

Pendant l'été de 1965 le recensement horticole de l'Ecosse a fourni des indications montrant les progrès réalisés par la bulbiculture et les cultures de plein air en une année. La superficie totale sous verre est de 116 hectares (construction de 8 hectares en un an) ; les fleurs sous verre ont la même importance (29 ha), les fleurs de plein air ont gagné 20 hectares (189 ha), les pépinières conservent une part égale (190 ha), les bulbes ont presque doublé (68 hectares contre 34).

L'Irlande a peu de cultures, quelques exploitations se préoccupent de la fourniture de fleurs aux marchés des principales villes ; toutefois le conseiller horticole de Bantry Bay a convaincu les fermiers de West Cork de tenter la culture des bulbes à fleurs en raison du climat de leur région et de sols favorables. Commencée en 1961, la culture a donné des résultats satisfaisants. Les bulbes de jonquilles plantés en automne donnent d'excellentes fleurs en février. Jusqu'en 1965 les fleurs ont toutes été absorbées par le marché de Cork ; depuis, des ventes intéressantes ont été réalisées à Dublin, Belfast et même à Liverpool.

Toutefois, l'Irlande comme l'Ecosse ne produit pas assez pour envisager l'établissement de courants commerciaux continus. Il faut une situation de marché particulière à certains moments de l'année pour permettre de rares expéditions. Le commerce est surtout représenté par des courants d'importation.

Bien que situé au cœur de l'Europe industrielle l'archipel anglo-normand a longtemps été isolé de l'Angleterre par des moyens de transports trop lents ou difficiles en période de forte houle. L'horticulture florale a longtemps cherché sa voie. Les produits horticoles, victimes de tarifs douaniers particuliers, ne pouvaient concurrencer les fleurs de Cornouailles ou du Kent, moins chères de ce fait sur le marché londonien. Les horticulteurs utilisant depuis peu l'avion pour l'écoulement de leurs légumes et de leurs fleurs sont entrés dans le circuit d'alimentation de Covent Garden au même titre que les Maltais ou les Catalans.

Les îles anglo-normandes constituent un grand centre de floriculture. Bulbes et fleurs coupées sont un des éléments de la richesse des îles qui représentent en quelque sorte le Midi des Iles Britanniques. Les relations maritimes ont un moment gêné l'écoulement de la production en dehors du bassin londonien. La généralisation des transports aériens permet désormais aux horticulteurs de Jersey et Guernesey d'atteindre tous les grands centres de consommation britanniques et même parfois étrangers. La constitution de cet ensemble floricole est relativement récente. Les légumes l'ont emporté longtemps et la transformation se réalise lentement. L'évolution est d'ailleurs semblable à celle du district maraîcher de Straelen en Westphalie. La plupart des cultures sont pratiquées sous serre, l'excédent d'humidité atmosphérique nuisant au bon développement des plantes. La principale production

de Guernesey reste celle des tomates sous verre (2.127 vergées) (85) représentant la presque totalité des surfaces cultivées sous abri dans l'île (2.810 vergées). En hiver, dans le cycle de rotation des tomates on introduit de plus en plus une culture de bulbes, iris ou freesias, parfois de chrysanthèmes. Toutes ces cultures florales étaient inconnues en 1957 lors du recensement agricole. Ainsi tandis que la production de tomates diminue depuis lors, celle des fleurs augmente, passant à 113 vergées entre 1957 et 1961, représentant 5 % des surfaces sous verre. La production des fougères (56 vergées) se fait en alternance avec la culture des tomates ou parfois sous le couvert des vignes. Les œillets, inconnus en 1957, sont produits sous 8 acres de serres modernes chauffées.

Les quelques rares exploitations florales spécialisées produisent toute l'année roses, chrysanthèmes et œillets. Deux petites pépinières ornementales ouvrent les besoins locaux. Toutefois la plupart des 3.000 horticulteurs de l'île (2.991 en 1959, 3.211 en 1964 (86) s'intéressent à la floriculture, mais un millier affilié à la Guernsey Growers' Association en représente l'élite. Quelques-uns cultivent en plein air des narcissses qu'ils écoulent à la commission à Londres, rares sont ceux spécialisés dans la culture des plantes, des fougères et des feuillages ornementaux (*ruscus*). Les surfaces consacrées aux légumes diminuent, mais les surfaces floricoles augmentent rapidement ; elles ont quintuplé entre 1957 et 1961.

	1961	par rapport à 1957
Tomates	2.532 vergées	— 102
Fleurs	531 —	+ 257
Vigne	42 —	— 4
Fougères	98 —	+ 12

Détail de la floriculture :

Iris	199 vergées	= 80	acres
Freesias	172 —	= 69	acres
Chrysanthèmes	41 —	= 16	acres
Glaïeuls	35 —	= 14	acres
Œillets	19 —	= 7,9	acres
Roses	13 —	= 5,4	acres
Autres	52 —		
TOTAL	531		

Plus des deux tiers de la production sont obtenus sous des serres chauffées. La superficie en serre ne varie pas (2.848 vergées en 1957-1964) puisque depuis janvier 1957 les horticulteurs anglo-normands n'ont plus le droit de construire de nouvelles serres. Au printemps 1966 le Parlement de Guernesey a décidé de maintenir la réglementation en vigueur fixant à 11 ares la superficie maximum de serre chaude qui peut être construite chaque année sur une exploitation. La situation des horticulteurs de l'île est en outre gravement compromise par la rareté de l'eau d'irrigation. En 1965 il faut à Guernesey interdire pour trois ans la construction de nouvelles serres étant donné l'impossibilité d'augmenter l'approvisionnement en eau. Depuis lors, les horticulteurs ont reçu le droit de détruire leurs serres vieillies et de les remplacer par des ensembles plus modernes, à condition qu'elles ne dépassent pas 450 pieds. L'eau est maintenant fournie par la distillation de l'eau de mer.

---

(85) La vergée est une unité de mesure agraire également utilisée dans le département de la Manche, et vaut 40 perches ou 20,429 ares.

(86) State Comittee for Horticulture. Census of Glasshouse Crops. Rapport de la *Guernsey Growers Association*, 1965. *The Jersey Bulb and Flower Growers' Association* publie également un rapport annuel à Saint-John.

2. La structure des exploitations est originale

Ne faillant pas à la règle classique de l'horticulture, les Britanniques produisent leurs fleurs et leurs bulbes dans de petites exploitations. En effet, sur 6.600 entreprises floricoles en Angleterre et Pays de Galles, 3.000 sont comprises entre 1 et 3,75 acres. Sur près de 9.000 exploitations possédant des serres dont une partie est consacrée à des fins ornementales, on estime que 545 produisent des œillets (mais 346 ont moins d'un huitième d'acre), 172 des roses (dont 116 inférieures à un huitième d'acre), 1.482 des chrysanthèmes pour fleurs coupées (dont 1.082 inférieures à un huitième d'acre) et 3.127 autres obtiennent des fleurs et des feuillages (mais 2.623 ont moins d'un huitième d'acre). Toutefois de grandes exploitations existent et tiennent l'essentiel du marché dans certaines régions : c'est le cas en particulier dans le Middlesex. En effet si 17 % des exploitations ont moins de 20 acres, 39 % par contre dépassent 200 acres. Ainsi à la différence de la banlieue parisienne où prédomine la petite exploitation, une partie de la banlieue londonienne est composée de grands ensembles horticoles souvent constitués en sociétés anonymes, disposant d'une masse importante de capitaux qui provient en partie de ses possibilités d'autofinancement. Le système de vente s'appuie sur le principe de la suppression des intermédiaires, la plupart de ces grandes exploitations possèdent leur propre comptoir à Covent Garden qu'elles approvisionnent directement par camion. A Guernesey, la proportion de grandes exploitations est très faible, sur les 3.000 horticulteurs, moins d'une dizaine possède plus de 10.000 pieds et un seul dépasse 30.000.

3. L'organisation de la production reste à améliorer

En face d'exploitations bien organisées, s'appuyant sur un autofinancement important, il existe encore trop de petits floriculteurs qui ne peuvent espérer transformer à brève échéance leur médiocre rendement. Ainsi en Cornouailles les producteurs d'anémones n'obtiennent même pas toujours un prix de vente qui couvre leurs frais. Le centre d'essais de Hatt, près de Saltash en Cornouailles a calculé qu'une récolte moyenne dans les régions du sud-ouest de l'Angleterre donne de 2 à 3 fleurs par rhizome d'anémones. Le prix de vente moyen du carton est de 7/6 soit 5,20 francs environ. Le prix à la production se situe entre 6 et 7 le carton, soit 4,20 à 4,90 francs. Le producteur ne peut pas réaliser plus de 10 livres par acre soit 138 francs par 0,4 hectares et dans certains cas le producteur n'obtient même pas le montant de ses frais de culture. Il s'agit donc pour la plupart des producteurs d'améliorer la qualité de leur marchandise, et, si cela s'avère nécessaire, de diminuer les quantités fournies au marché intérieur. La concurrence étrangère en effet, et en particulier la production française de la côte varoise est extrêmement dangereuse pour l'ensemble de ces horticulteurs.

Les horticulteurs britanniques, gênés à certains moments de l'année par la concurrence continentale ou africaine, envisagent d'expédier leurs fleurs vers le nouveau monde (87). En janvier 1966 par exemple, la British Flower Industry Association a commencé à étudier les possibilités d'exportation de fleurs coupées et de bulbes britanniques vers les Etats-Unis et le Canada. D'après le rapport qui a été publié dans *The Grower* (janvier 1966) et soumis au British National Export Council, des possibilités très grandes d'exportations existent à condition que les fleurs soient dirigées exclusivement vers les grandes villes de l'est et de

---

(87) *Deutsche Gärtnerbörse*, août 1964 : Die vermarktung von Gartenbau Erzeugnisen in England ; die vermarktung der Blumen von Guernsey.
Etude sur la commercialisation des fleurs au Royaume-Uni. *F.H.* 1, 1967.

la région des Grands Lacs. Dans l'ouest et à Chicago par exemple les fleurs seraient en concurrence avec celles de Floride, du Colorado et de Californie, mais les fleurs anglaises auraient l'avantage d'arriver rapidement à destination. Mises dans l'avion le matin elles parviendraient l'après-midi du même jour alors que les fleurs du Colorado ou de Californie arrivent souvent trop tard pour être distribuées le jour même. Dans certaines régions comme l'Ontario l'approvisionnement national ne suffit souvent pas à couvrir les besoins. Les coûts de production sont sensiblement comparables à ceux de Grande-Bretagne ; les salaires sont plus élevés mais le rendement est supérieur par tête. Dans l'ensemble l'intervalle entre le moment où les fleurs quittent le producteur et atteignent le détaillant est plus long généralement aux Etats-Unis qu'en Grande-Bretagne. Il peut se passer parfois jusqu'à une semaine, ce qui tend à prouver l'inorganisation du commerce des fleurs en Amérique du Nord.

Les espèces florales les plus susceptibles d'être absorbées par le marché nord américain sont les roses. Le rapport de la commission indique que les œillets américains sont de très bonne qualité ; par contre les roses britanniques sont supérieures à la production américaine et les petites fleurs, anémones, narcisses et violettes, seraient les bienvenues. De grosses quantités de bulbes néerlandais sont écoulés sur le marché américain et les Britanniques pourraient faire leur place dans la fourniture des jonquilles et des narcisses, Cleveland et l'Ohio étant les régions où le débouché est le plus aisé. L'organisation des « Semaines anglaises » aux Etats-Unis et au Canada devrait s'adresser aux femmes et présenter les fleurs comme le symbole du « British way of life ». La B.O.A.C. pourrait consentir les mêmes tarifs que ceux offerts par la K.L.M. ou les compagnies américaines aux fleurs néerlandaises

Avec l'aide de la National Farmers' Union la Grande-Bretagne a envoyé 50.000 fleurs à la « Semaine Verte » de Berlin en janvier-février 1966, assurant ainsi six jours de vente aux fleurs anglaises dans l'ancienne capitale allemande.

Ainsi, les floriculteurs britanniques restent dans une position délicate. S'ils bénéficient d'un incontestable avantage représenté par l'énorme marché intérieur, ils rencontrent deux obstacles et non des moindres : la concurrence étrangère est très vive étant donné le cours des fleurs obtenu en Grande-Bretagne ; l'expansion des surfaces reste limitée à quelques régions favorisées comme les Fens ou la Cornouailles tandis que la banlieue londonienne à cause de l'urbanisation ne peut espérer améliorer sa situation. Par contre à certaines périodes de l'année les producteurs britanniques sont maintenant capables d'exporter. Il en résulte un commerce floral particulièrement complexe, soumis aux conditions de la production nationale et au désir de favoriser certains pays de tradition britannique et à la concurrence de producteurs néerlandais, français et italiens.

VII. LA FRANCE

1. Une nation favorisée

Ancienne par sa technique et ses productions, forte de ses marchés intérieurs, la floriculture française trouve d'exceptionnelles conditions de développement (88). Née au XVI[e] siècle sur les rives de la Loire, elle a profité, voilà un siècle, de l'avantageux climat de la Côte d'Azur, et a constitué un des ensembles floricoles les plus riches du monde. Devenue aujourd'hui horticulture de banlieue, elle s'étend tout autour des grandes agglomérations, sans délaisser pour autant les villes moyennes et petites. Le commerce traditionnel des fleurs

(88) La France présente son horticulture. Tours, 1963, 20 p.

15. PEPINIERES ORNEMENTALES A ALBIAS

Dans la plaine alluviale de l'Aveyron, traversée par la R. N. 20, les pépinières fruitières font place aux plants ornementaux. Les jeunes plants sont plus nombreux que les grands arbres.

a été modifié par les nouveaux systèmes de transports rapides, comme le train express, le camion isotherme, l'avion, il a été rénové par certaines entreprises qui n'ont pas hésité à créer des circuits de distribution nouveaux et à rechercher des débouchés étrangers, tous éléments favorables à une expansion horticole.

Les entreprises horticoles françaises ont un point commun. En dehors de leur localisation sur la carte nationale, elles se ressemblent toutes par leur infrastructure de production et leurs problèmes. La plupart disposent de surface vitrée, s'efforcent de présenter à la clientèle locale le plus grand assortiment de fleurs, rencontrent des difficultés de recrutement et de formation de main-d'œuvre, se heurtent à la surenchère des constructeurs immobiliers. Quelques exploitations cependant sortent de la règle commune pour s'élever au rang de gros producteurs régionaux ou nationaux. Sans délaisser pour autant la variété des espèces, règle indispensable pour la conservation d'une clientèle locale, elles choisissent quelque spécialité, plantes en pots ou fleurs coupées, qu'elles produisent en quantité telle que leur publicité dépasse rapidement les limites du cadre régional.

Ainsi la France se trouve posséder tous les types de floriculture (89) et leur étude doit tenir compte à la fois de la construction d'ensembles régionaux de production et aussi d'entreprises isolées mais puissantes. D'après la statistique agricole publiée par le Ministère de l'Agriculture en 1965, les surfaces consacrées à l'horticulture florale se sont élevées en France en 1964 à 7.511 hectares, fournissant une production dont la valeur au départ de l'exploitation horticole a atteint 460 millions de francs. Plus du cinquième du territoire français ne possède pas de culture florale : les massifs montagneux, les régions de faible urbanisation, soit au total vingt et un départements n'ont pas, chacun, un seul hectare de culture. Par contre soixante-deux départements ont des surfaces consacrées à la floriculture, dont le total, compris entre 1 et 100 hectares par département, atteint 1.226 hectares. Huit départements couvrent la vaste superficie de 6.285 hectares ; ils se répartissent en trois ensembles. Le Nord et la région parisienne, la vallée de la Loire (Maine-et-Loire essentiellement), le Midi (Var et Alpes-Maritimes possèdent 75 % des surfaces floricoles françaises).

	Superficie
Département du Nord	110 hectares
Seine	270 —
Seine-et-Oise	560 —
Seine-et-Marne	310 —
	1.140 —
Maine-et-Loire	340 —
Alpes-Maritimes	3.400 —
Var	1.025 —
Vaucluse	270 —
	4.695 —
TOTAL GÉNÉRAL	6.285 —

Tandis que dans la région du Nord et la région parisienne les cultures sont surtout réalisées sous abri vitré, les pays de la Loire et les départements méditerranéens se livrent surtout à la culture en plein air.

(89) *B.I.M.A.* 23, 1959. L'horticulture florale française.

2. La dispersion des exploitations

Si la production horticole française est groupée en trois ensembles régionaux d'inégale importance d'ailleurs, la Côte d'Azur, la région parisienne et la vallée de la Loire, un très grand nombre de centres horticoles sont répandus sur l'ensemble du territoire dans le cadre d'une horticulture de banlieue et beaucoup plus rarement sous la forme d'exploitations monocultrices axées vers un débouché parisien ou étranger (voir photos 15 et 16).

Tous les grands centres urbains français ont à l'heure actuelle une banlieue horticole sous serre dans la moitié septentrionale, plus souvent en plein air en Aquitaine et dans le Sud-Est (voir les deux cartes pages 227, 228). Ces exploitations fonctionnent sur l'assurance d'un débouché local et sur la fourniture au commerce de détail d'une grande variété de produits. Il est exceptionnel de ne pas rencontrer quelques serres de fleurs coupées (roses, œillets américains, parfois chrysanthèmes, tulipes et glaïeuls). Toulouse, Lyon, Strasbourg, Paris, Nantes et Bordeaux sont partiellement approvisionnés par des exploitations de leur banlieue. Dans ces mêmes villes ainsi que Lille, Rennes et Marseille, les plantes en pots sont obtenues sous serre, mais ne sont le plus souvent qu'entreposées en attendant la vente ; elles sont en effet achetées à des exploitations spécialisées. Il arrive qu'un horticulteur plus avisé que ses collègues oriente progressivement son entreprise vers la fourniture de plantes ou de fleurs coupées de grande valeur. Ainsi les orchidées sont obtenues à Boissy-Saint-Léger près de Paris, les azalées à Abbeville, les cactées à Bordeaux et Gannat, tandis que dans une quinzaine de villes la production des chrysanthèmes en pots ou pour la fleur coupée est devenue la spécialité d'horticulteurs installés depuis Béziers jusqu'à Montceau-les-Mines, Rennes et Fruges *.

Toutefois la localisation de ces entreprises est imposée par la proximité d'une agglomération urbaine, il est très rare de rencontrer des exploitations floricoles volontairement dispersées au sein d'une région purement rurale. Seules les pépinières d'ornement, en dehors de la vallée de la Loire, sont situées dans des contrées où les conditions locales du milieu naturel ont déterminé le choix des producteurs. Si les villes de Lille, Paris et Lyon profitent de pépinières de banlieue, le développement des transports par camion a permis des livraisons lointaines à bon compte. Les arbres et les arbustes d'ornement, les rosiers et les conifères ornementaux sont obtenus dans la vallée de la Moselle, à Metz et Thionville, dans la vallée de la Saône au pied de la côte de Bourgogne, dans la vallée de la Dordogne autour de Bergerac, dans celle de l'Aveyron (Albias) et celle du Rhin (Strasbourg).

Deux groupes de producteurs ne tiennent pas compte de la demande locale et se sont organisés pour des ventes lointaines. Ce sont les producteurs de fleurs coupées de la Côte Basque et du littoral breton, et les forceurs de bulbes installés sur les sables du Marquenterre (Rue), du Pays de Léon (Saint-Pol), de la Vendée (La Tranche) et de la vallée du Rhône (Bourg-de-Péage, Althen-les-Paluds). La culture du dahlia donne lieu à une spécialisation dans le centre de la France à partir de tubercules fournis par Angers. Les centres de Bourges, Vire, Villemoutiers, Villeherviers sont les principaux. Un réseau commercial très complexe a dû s'organiser pour permettre la vente des fleurs coupées et des bulbes. Lorsqu'une métropole n'absorbe par l'essentiel des fleurs produites par l'entreprise de banlieue le marché parisien est l'aboutissement logique de ce commerce. Cependant la production et le commerce des bulbes restent dans l'ensemble soumis à un contrôle direct ou indirect des Néerlandais. Par l'intermédiaire de la fourniture des bulbillons à faire grossir, par l'achat des bulbes de gros

---

* On trouve quelques indications sur la floriculture française dans :
B.T.I. 39,1949 : Les roses dans la région lyonnaise.
B.T.I. 127, 1958 : Le dahlia, culture auvergnate.
B.T.I. 122, 1957 : La culture du glaïeul en Vaucluse.
R.H. 1, 1962 : La culture des anémones dans le Midi.
P.H.M. 3, 1965 : Même titre.
R.H. 9, 1958 : La culture des glaïeuls en France.

Figure 19

FLORICULTURE ET PLANTES EN POTS

Figure 20

PÉPINIÈRES ORNEMENTALES ET BULBICULTURE

calibre, les Hollandais influencent le marché français des bulbes, d'autant plus que sur les places d'Ollioules et d'Antibes, ils déterminent souvent les prix à la production.

Ainsi la France apparaît comme *un pays intermédiaire* entre les pays exportateurs d'une grande majorité de leur production comme l'Italie ou l'Espagne, et les pays gros consommateurs qui, dotés d'une horticulture de banlieue puissante, n'arrivent pas cependant à couvrir leurs besoins. Entre l'Europe méditerranéenne et l'Europe du Nord-Ouest, la France, une fois encore, est bien le pays de transition, puisqu'il possède à la fois des zones horticoles largement exportatrices (Côte d'Azur et Var), et des régions d'horticulture de banlieue (Vallée de la Loire et région parisienne). On pourrait même dire que certaines entreprises récemment installées dans l'Ouest ou l'Aquitaine, représentent une troisième forme de production tout entière tournée vers un débouché lointain.

Les fleurs coupées se commercialisent difficilement lorsque leur production n'est pas obtenue à proximité d'un axe de communication commode. En dehors de la région parisienne, du Val de Loire et de la Bretagne (Saint-Servan - Paramé), on ne trouve les cultures de fleurs coupées que dans de rares exploitations isolées sur le territoire. Les producteurs de banlieue peuvent monter des serres de roses ou de chrysanthèmes dans la mesure où ils sont assurés de trouver dans d'autres villes un débouché supplémentaire et indispensable. Le Mans, Toulouse, Bordeaux, Lyon et Strasbourg fournissent des exploitations de ce type.

La localisation des cultures de plantes en pots obéit à d'autres règles. Dès que le poids intervient dans le transport les producteurs se tournent vers la culture de plantes en pots. Aussi la production est-elle beaucoup plus dispersée, les camions ne peuvent toutes les semaines venir concurrencer la production locale comme le fait se produit dans le domaine des fleurs coupées. Les azalées par exemple sont fournies par trois centres principaux : Paris, Angers et Tours. Les jeunes plantes sont ensuite redistribuées dans toute la France. Mais Abbeville, Orléans, Nantes, Lille, sans parler de la Côte d'Azur ont de plus en plus des établissements qui fournissent des produits finis, partant de la bouture ou des semences et mettant sur le marché des plantes prêtes à la vente. Il en est de même pour les cyclamens, les hortensias, les sanseverias, qui de plus en plus échappent à la tutelle des fournisseurs attitrés et sont obtenus à Lille, Strasbourg, Thionville, Rennes, Montceau-les-Mines.

D'autres horticulteurs ont choisi des spécialités originales. Ainsi Gannat, Saint-Pé-de-Béarn, Bordeaux, ont des serres de production de cactées et de plantes grasses. Les chrysanthèmes sont cultivés par contre beaucoup plus uniformément en France. Les chrysanthèmes en pots sont obtenus par quantité de personnes qui préparent les plantes fleuries pour la fin du mois d'octobre. Des retraités ajoutent ainsi un supplément de revenu, les gardes-barrière, les ouvriers possesseurs d'un pavillon de banlieue, achètent les jeunes plantes aux grandes maisons spécialisées du Val de Loire, de la région parisienne ou de la côte méditerranéenne, quand ce n'est pas à une firme étrangère qui a séduit les acheteurs par un brillant catalogue. Ils constituent ainsi une masse non négligeable de producteurs dont le nombre dépasse plusieurs milliers. Toutefois de grandes exploitations fournissent à la fois les plantes fleuries en pots, les fleurs coupées, et même les jeunes plantes. De Fruges dans le Pas-de-Calais, à Béziers on rencontre une foule d'exploitations de ce type, comme à Rennes, Laval, Sablé, Châteauneuf-sur-Sarthe, Tours, Cholet, La Rochelle, Limoges, Bourges, Marseille, Strasbourg.

Les producteurs répartis dans les banlieues des villes françaises appartiennent à deux catégories. Les uns sont des jardiniers, producteurs traditionnels, qui possèdent leur clientèle attitrée à la ville voisine et qui ajoutent une spécialisation, timide au début, qui leur permet de se familiariser progressivement avec des méthodes de production délicates. Les autres abandonnent les cultures variées ou bien viennent à la floriculture en cessant le maraîchage, et se consacrent à une ou deux plantes à fleurs, en particulier les roses et les œillets américains, plus rarement, parce que la demande française est plus faible que dans le reste de l'Europe, les chrysanthèmes à petites fleurs. Cette mutation impose quelques mois, rarement quelques années de tâtonnements jusqu'à la mise au point de la bonne formule locale de production. Les conseils techniques fournis par les maisons spécialisées dans la fourniture des boutures sont une aide précieuse pour permettre cette adaptation. Ainsi

s'expliquent les rapides progrès des cultures d'œillets américains sous l'impulsion de quelques maisons azuréennes de fourniture de boutures. Du Nord au Dauphiné et de la Bretagne à l'Alsace, ces maisons distribuent boutures et conseils à des horticulteurs et des jardiniers, à des maraîchers qui opèrent une transformation très rentable, à des nouveaux venus à la floriculture attirés par les hauts bénéfices obtenus par certains.

De la sorte, l'horticulture française est très dispersée sur l'ensemble du territoire, toutes les villes disposent d'un petit nombre de fournisseurs locaux ; certaines ont une véritable banlieue horticole.

3. La pépinière ornementale est en plein essor

Dans la production des plantes ornementales, les mêmes formes de dispersion se retrouvent. Ici, cependant, les jardiniers pépiniéristes ont tendance à produire l'essentiel de ce dont ils ont besoin, ce qui limite les chances d'un commerce à longue distance. Lors de grosses commandes, comme celles passées dans le cadre de l'aménagement des banlieues ou des quartiers neufs, ils font appel aux grands centres producteurs.

Les plantations de rosiers constituent d'abord une masse très importante de culture au sein de la pépinière ornementale. Leur obtention répond à un double but : assurer aux particuliers un approvisionnement régulier pour les jardins, fournir aux producteurs de fleurs coupées les plants qu'ils réclament. Les centres de pépinière de Lyon et Orléans travaillent surtout dans le deuxième but ; mais Lille, Angers, Rennes, Nantes, Châteauroux, Thionville, Strasbourg, Grenoble, Bergerac, s'occupent d'une clientèle délicate parce que formée d'acheteurs momentanés et de peu d'importance individuelle, tous possesseurs de jardins d'agrément.

Les arbres et les arbustes d'agrément sont la spécialité de différents centres qui s'occupent également de la production d'espèces très variées. Les conifères d'ornement sont de plus en plus demandés pour leur rusticité mais aussi parce que la conservation de leurs aiguilles en hiver est un élément de décoration très remarqué dans les jardins dénudés habituellement plantés en feuillus. Près de Caen, à Ussy, dans la vallée de la haute Garonne, à Saint-Gaudens, se développent de petites centres de pépinières ornementales, mais qui sont largement dominés par les régions traditionnelles de production de la vallée de la Loire (Angers, Orléans et Tours) de la vallée de la Saône, ainsi que par quelques grandes exploitations installées dans les banlieues de Lille, Paris, Bergerac et Toulouse. Autrement dit, le commerce des arbres d'ornement, s'il est incontestablement gêné par le poids des espèces, reste très intéressant et on trouve une progression des surfaces en pépinières et des conversions, chaque année plus nombreuses, de pépiniéristes qui, surtout spécialisés dans la production des fruitiers, se tournent vers l'ornementation.

Dans toutes les régions où les résidences secondaires se multiplient, Normandie et vallée de la Loire, mais également dans toutes les grandes banlieues des agglomérations, ces cultures trouvent un débouché intéressant. Dans le Midi la proportion de la demande est moins forte que dans le nord de la France. Les particuliers recherchent moins dans leurs jardins les arbres ornementaux que les ombrages des grands arbres comme les platanes ou ceux d'obtention plus rapide des treilles de plantes grimpantes ou de lianes. L'entretien de tels ombrages est moins coûteux que celui des arbres ornementaux habituels puisqu'ils réclament moins d'eau en été. Les productions des pépinières sont donc bien orientées par la demande locale plus que par les besoins nationaux. On voit par exemple les gros arbres de plus en plus fournis par les pépiniéristes toscans de Pistoia plus que par ceux de la vallée de la Loire qui préfèrent l'élevage de plants à croît plus rapide.

4. La bulbiculture reste un secteur individualisé

Les bulbes et les oignons sont obtenus dans quelques régions particulières qui ne correspondent pas toujours avec les zones où l'on produit des fleurs coupées à partir de bulbes et de rhizomes. Le grossissement des bulbes et leur acclimatation sont le fait de régions qui possèdent le milieu naturel convenable. Le Marquenterre, les conches bretonnes, de Brest à La Tranche, le Val de Loire, les alluvions rhodaniennes attirent de préférence les grossisseurs de bulbes. Les exploitations de grossissement sont spécialisées dans une catégorie de bulbe ; seules les grandes entreprises de la vallée de la Loire sont polycultrices en ce domaine. Les tulipes sont les bulbes de beaucoup les moins cultivés, la concurrence hollandaise étant souveraine dans les apports. La Tranche en Vendée, où les possibilité d'expansion sont dès à présent limitées par la rareté des sols. Rue en Marquenterre, Althen-les-Paluds près d'Avignon, qui a plus de cent hectares de bulbiculture, assurent l'essentiel de la production française. Ni Angers, ni la banlieue parisienne ne fournissent beaucoup de tulipes ; par contre ces centres sont gros producteurs de bulbes de glaïeuls, appuyés par les zones de grossissement de Brest, Nantes, Ollioules-Carqueiranne et Antibes. Anémones et renoncules restent le monopole d'Angers plus que celui d'Ollioules ; les dahlias ne sont pratiquement pas cultivés dans la moitié méridionale de la France, à part de très rares exceptions. La vallée de la Loire et les confins solognots fournissent l'essentiel de la production.

La tentative la plus originale est sans conteste celle réalisée autour de Saint-Pol-de-Léon depuis octobre 1963. A Treflez la constitution d'un polder de sept cents hectares par l'établissement d'une digue qui a rendu possible l'assèchement jusqu'à moins cinq mètres au-dessous du niveau de la mer, a permis le début de la bulbiculture. Quatre équipes de producteurs de tulipes, cultivant au total quatre hectares, et une spécialisée dans la culture des bulbes d'iris (un hectare) se sont constituées, comprenant chacune sept membres, tous décidés à commencer le grossissement des bulbes, en accord d'ailleurs avec les Hollandais. Le contrôle des Néerlandais était en effet une double garantie, celle de fournir des bulbillons de qualité, celle d'écouler par l'intermédiaire de courtiers venus de Lisse, les bulbes à l'étranger, en Europe septentrionale surtout. L'originalité des membres du Groupement Agricole Maraîcher et Horticole (G. A. M. H.) de Saint - Pol - de - Léon, rassemblés en une S. I. C. A. (90) écoulant les produits horticoles au marché de vente aux enchères du Nord-Finistère est *la mise en commun des équipements et des revenus.* En 1964, huit hectares de tulipes et treize hectares d'iris sont mis en culture pour les exportateurs néerlandais. Cette année-là un essai de culture de narcisses pour la fourniture de fleurs coupées est tenté sur vingt ares qui fournissent 100.000 fleurs vendues sans difficultés en janvier et février 1965 sur le marché parisien. En 1965 les surfaces s'élèvent à 11 hectares de tulipes et 23 hectares d'iris, la commercialisation de 800.000 fleurs de narcisses produites par 1,80 hectare, prouve s'il en était besoin, la réussite de ce secteur bulbicole breton. Ces cultures sont pratiquées dans la zone primeuriste particulièrement favorable qui donne des bulbes à floraison précoce ainsi que des fleurs de narcisses de plein champ en hiver. Cent seize producteurs, répartis en vingt-deux équipes de travail s'intéressent aujourd'hui à la bulbiculture dans le pays de Léon.

Pendant cinq ans les exportateurs néerlandais se chargent par contrat d'écouler la totalité de la production de G.A.M.H. Que l'accroissement du nombre des bulbes soit le fait des décisions des coopérateurs eux-mêmes ou d'une demande accrue des Hollandais, les prix de commercialisation sont toujours garantis sur la base de la moyenne des prix hollandais. Pour l'instant toute la production est exportée par les Hollandais vers l'Angleterre, la Suède, la Norvège, la Finlande, le Danemark et l'Allemagne fédérale. Il est en effet impossible pour les Bretons de créer un service commercial concurrent de celui des Néerlandais capable, pour l'instant, de donner toute satisfaction aux coopérateurs. Le seul inconvénient provient de la crainte des Hollandais de voir un développement trop important des cultures de

(90) Documentation fournie par le président du G.A.M.H. Correspondance 1966.

bulbes échappant à leur contrôle. Aussi ne fournissent-ils sur le plan technique que le minimum de renseignements et de conseils pour se réserver la mainmise sur les productions de bulbes de qualité.

5. La région parisienne présente le type achevé de l'horticulture péri-urbaine

Un des faits les plus originaux de l'horticulture diffuse est constitué par la localisation des producteurs dans les banlieues et les régions climatiquement favorisées. Le choix des cultures est déterminé par les conditions de marché, c'est-à-dire la concurrence régionale ou nationale cristallisée en un point bien déterminé du territoire. Si la floriculture française reste caractérisée par sa diffusion, elle comporte deux tendances. Certaines régions recherchent la constitution d'un ensemble cohérent qui par le renom de sa qualité fera tourner vers elle les regards des acheteurs. Ainsi ont agi les œilletistes bretons de Paramé-Saint-Servan. Le plus souvent, les horticulteurs choisissent les banlieues des villes pour approvisionner le marché local dans le cadre d'établissements polyvalents fournissant aussi bien les plantes en pots, vertes et fleuries, que des fleurs coupées. Les banlieues bordelaise, lyonnaise, strasbourgeoise, lilloise répondent à ce type de définition, et il n'est pas jusqu'à Toulouse qui ne perde sa vieille tradition de la culture des violettes pour posséder quelques établissements de type banlieusard. Parfois au contraire, et on le doit à l'esprit d'entreprise du chef d'exploitation, une production de masse et de qualité fait le renom d'une ville par l'écoulement d'un produit. Ces exploitations périurbaines jouent un rôle de plus en plus décisif dans le commerce intérieur français.

L'agglomération parisienne représente un des débouchés les plus importants du monde pour les fleurs et les plantes ornementales. Avec l'agglomération londonienne, dont elle répète en partie les caractères de marché, elle offre à tous les produits horticoles des possibilités de vente régulière. De la sorte, toutes les régions de France, certains pays voisins comme les Pays-Bas, la Belgique, l'Italie, et parfois même l'Espagne, assurent à la demande parisienne un approvisionnement continu. La Côte d'Azur, la vallée de la Loire, et même des producteurs isolés dans les banlieues des grandes villes de province, se tournent fréquemment vers les Halles de Paris pour s'assurer une vente certaine (91).

Dans l'espace géographique parisien un nombre important d'horticulteurs s'est maintenu, intéressé par ce gigantesque débouché. Ces exploitations se défendent d'autant plus vigoureusement contre la poussée urbaine que leurs produits n'ayant pas de transport à supporter assurent d'excellents revenus. Au sein de la banlieue maraîchère s'est constitué un noyau de producteurs de plantes en pots, de fleurs coupées, formant un ensemble important si l'on y ajoute les exploitations briardes (92). La progression des surfaces n'est pas spectaculaire, les entreprises ne peuvent envisager une expansion importante étant donné la rareté des espaces disponibles, et depuis les recherches de M. PHILIPPONNEAU on ne constate pas de changement notable.

EVOLUTION DES SURFACES DE 1950 A 1964

1950				1962				1964			
Seine	S.-et-O.	S.-et-M.	Total	Seine	S.-et-O.	S.-et-M.	Total	Seine	S.-et-O.	S.-et-M.	Total
350	520	102	972	286	500	310	1.096	270	560	310	1.140

(91) Le déplacement des halles parisiennes à Rungis et leur amélioration technique risque de modifier les courants d'approvisionnement.

(92) Pour l'ensemble de l'horticulture parisienne, l'étude de base a été réalisée en 1956 par M. PHILIPPONNEAU : « La vie rurale dans la banlieue parisienne, étude de géographie humaine. » Colin, éd.
Une mise au point a été faite dans *P.H.M.* 11, 1963. L'horticulture de la région parisienne et son évolution.

16. HORTICULTURE DANS LA BANLIEUE PARISIENNE

Les cultures ornementales sont soignées dans les exploitations de longue tradition horticole. Ici, cultures de plants ornementaux aux Etablissements Vilmorin.

Dans le département de la Seine la régression a été particulièrement accentuée, la superficie totale consacrée aux cultures spéciales est passée de 9.400 hectares en 1892 à 2.600 en 1950 et à 1.600 en 1962, soit une diminution d'environ 83 % en soixante-dix ans. La régression s'est donc accélérée entre 1950 et 1962, approchant de près de 40 % des surfaces, les cultures légumières ayant régressé dans les plus fortes proportions au cours de cette période (43,7 % contre 35,2 % pour les pépinières, 27 % pour les vergers et 18,3 % pour les cultures florales).

La localisation des cultures est identique à ce qu'elle était voici une quinzaine d'années. La spécialisation des exploitations est restée la même ; elle s'est parfois renforcée par l'abandon de quelques cultures de fleurs coupées au profit des espèces les plus recherchées par la clientèle parisienne. Ainsi les plantes vertes sont obtenues dans la banlieue méridionale, les lilas forcés restent la spécialité de Vitry, les orchidées celle de Boissy-Saint-Léger. L'œillet américain a par contre renforcé ses positions dans toute la périphérie parisienne. La Brie reste plus que jamais spécialisée dans la fourniture des roses et les surfaces sont en expansion. Plus que ces dernières, le rendement est en net progrès : la qualité s'est améliorée au fil des années car les rosiéristes utilisent toutes les découvertes scientifiques et techniques pour approvisionner les fleuristes parisiens en fleurs de très bonne qualité.

Dans le grand district parisien, les cultures florales se maintiennent, depuis Brie-Comte-Robert où 150 hectares sont aujourd'hui consacrés aux fleurs coupées et aux plantes d'ornement, jusqu'à Villecresnes, Mandres et Santeny. A Suisnes les floriculteurs sont progressivement passés de la pépinière de rosiers à la rose coupée et disposent actuellement d'une dizaine de variétés de production. Les cultures de bulbes pour la fleur, les cactées, les plantes ornementales de pleine terre prennent de plus en plus d'importance en Seine-et-Marne, en profitant du repli de quelques horticulteurs de la Seine. Autrement dit, comme toutes les grandes agglomérations, Paris dispose d'une banlieue horticole dont le rôle n'est pas négligeable, fournissant environ le cinquième des apports de produits ornementaux consommés par la capitale. Certaines entreprises ont pu se hisser jusqu'à un rang exceptionnel, c'est par exemple le cas de la firme Vilmorin dont on a évoqué plus haut l'expansion (93).

La France est donc bien ce pays de transition évoqué plus haut (94). D'une part elle dispose avec le littoral méditerranéen d'un des ensembles de production les plus puissants et les plus complexes d'Europe. De l'autre, autour de ses grandes villes elle profite d'une fourniture régulière en produits ornementaux de toutes sortes ce qui l'apparente aux grands pays industrialisés de l'Europe du Nord-Ouest. Une fois encore on retrouve la diversité française exprimée ici dans le domaine de l'horticulture mais si souvent réalisée ailleurs dans notre économie. Plus encore que l'Italie, elle a sa place dans le concert des puissances horticoles de l'Europe industrielle.

VIII. L'ITALIE PÉRI-URBAINE

En dehors de la Ligurie et de la Toscane où la production, ancienne, reste massivement orientée vers le marché national ou étranger, les autres provinces du Nord et du Centre participent plus modèstement à la floriculture et dirigent l'essentiel de leurs fleurs et de leurs plantes vers un marché urbain proche.

Le milieu naturel dans la plaine du Pô est moins favorable que sur les rivages de la

---

(93) Voir l'*Essor d'un marché.*

(94) *F.H.* 3, 1967 : La balance horticole en 1966.
F.H. 8, 1966 : Les fleurs coupées en France, analyse de la campagne 1965-1966.
Mazoyer : Evolution prévisible de l'horticulture française face à ses problèmes présents.

Mer Tyrrhénienne. L'intense chaleur estivale, le froid hivernal l'apparentent tantôt au climat du Mezzogiorno, tantôt à celui de l'Allemagne rhénane. Seule la région des lacs, en particulier la rive occidentale du lac Majeur, offre des possibilités plus amples exploitées depuis longtemps par des horticulteurs pépiniéristes. L'essor des superficies est, en proportion, plus important dans la plaine padane qu'en Ligurie, ici la floriculture en est à ses débuts, là elle a acquis ses lettres de noblesse.

CULTURES DE FLEURS EN ITALIE DU NORD

REGIONS	Superficie spécialisée (en ha)		Superficie non spécialisée (en ha)		Valeur de la production commercialisée (en milliers de lires)	
	1950-51	1962-63	1950-51	1962-63	1950-51	1962-63
Ligurie	2.218	4.126	460	967	17.301.270	43.028.955
Piémont	60	654	450	83	33.661	1.286.502
Emilie Romagne	35	147	41	131	17.641	284.095
Lombardie	59	142	23	47	85.055	690.700
Vénétie	35	218	23	57	26.590	236.248
Frioul Vénétie Julienne	5	56	5	14	7.076	136.102
Italie du Nord (TOTAL)	2.412	5.343	1.002	1.299	17.471.293	45.662.602
% TOTAL national	81	63,2	78,7	44,4		
Italie (TOTAL)	2.981	8.449	1.273	2.925	18.174.788	56.736.394

1. Un développement rapide

Les superficies de cultures spécialisées, comme les terres où alternent fleurs et légumes ont augmenté de trois à dix fois dans le même temps où la Ligurie doublait seulement ses surfaces (95). Il est plus grave de constater que l'Italie du Nord, Ligurie comprise, voit sa prépondérance diminuer au profit des régions du Centre et surtout du Sud. De 81 % du total national en 1950-51, elle passe à 63,2 % en 1963 pour les cultures spécialisées et de 78,7 % à 44,4 % pour les non-spécialisées.

Le Piémont vient largement en tête avec 7,7 % du total national des cultures, soit 654 hectares. Il devance de très loin Vénétie (218 ha), Romagne (147 ha) et Lombardie (142 ha comprenant les provinces de Varèse, Côme et Milan). Le Latium, qui alimente le premier marché de consommation italien, Rome, se place en tête de cette énumération avec 12,2 % du total italien et 1.034 hectares contre 198 en 1951. Dans le Piémont il y a environ 650 hectares de cultures spécialisées et 100 de cultures *promiscua*. C'est surtout la province de Turin avec son cortège de cultivateurs avisés qui présente le plus de surface cultivée en roses, glaïeuls, chrysanthèmes, hortensias, dahlias, tulipes, et en outre la culture sélectionnée en serres chaudes comme les cultures d'orchidées, d'anthurium, de ficus, plantes d'ornement fleuries, etc.

Deux raisons particulières au Piémont assurent son avance : il possède avec Verbania et Pallanza d'importantes serres de production de plantes en pots (une dizaine d'hectares) ; dans le Sud, sur les pentes apennines, autour de Cuneo, Mondovi et Ceva, des cultures de plantes à parfum (qui entrent dans les statistiques florales italiennes) augmentent le total floricole. Le tableau suivant donne à chaque type de culture son importance réelle.

(95) Mission sur la Floriculture en Italie. *R.H.* 1960, n°s 119, 121, 122, 124 et 126.

VALEUR DE LA PRODUCTION COMMERCIALISÉE EN 1962-63
(en milliers de lires)

RÉGIONS	Fleurs coupées	Plantes d'intérieur	Fleurs et feuilles à parfum	Total 1962-63
Ligurie	40.894.300	2.102.655	32.000	43.028.955
%	95	4,4	0,6	100
Piémont	448.512	451.140	386.850	1.286.307
%	34,9	35,1	30	100
Emilie-Romagne	190.385	87.710	6.000	284.095
%	67	30,9	2,1	100
Lombardie	429.730	259.920	1.050	690.700
%	62,2	37,6	0,2	100
Vénétie	155.219	62.049	18.930	236.248
%	65,7	26,3	8	100
Frioul - Vénétie Julien.	109.530	26.572	—	163.102
%	80,5	19,5	—	100
Italie du Nord	42.227.676	2.990.046	444.880	45.662.602
%	92,5	6,5	1	100
Italie	50.647.223	4.378.108	1.711.066	56.736.395
%	89,3	7,7	3	100

Il n'en demeure pas moins que toute l'Italie du Nord et la plaine du Pô en particulier connaissent un essor des cultures en liaison avec la forte urbanisation et l'enrichissement de beaucoup de travailleurs. Turin, avec son marché aux fleurs moderne, n'est pas la seule ville à avoir suscité dans la banlieue des cultures florales et ornementales de plein air ou sous abri. Milan a suivi, plus mollement certes, Bergame, Brescia, Vérone, Padoue ont développé leur banlieue de culture. Au contact des Alpes, Verbania et Pallanzza sur les rives du lac Majeur sont tournés vers la production des plantes d'appartement, des conifères ornementaux et des plantes pour parcs et jardins. Le Congrès de floriculteurs qui s'y est tenu en avril 1963 a montré le rôle important tenu par cette région dans le commerce ornemental de la plaine du Pô.

Varèse en Lombardie, Trévise et Trieste en Frioul sont en train de suivre la voie tracée par Verbania. Dans le delta du Pô, en Polesino, la grande culture de type pionnier débute, loin des grandes agglomérations.

Depuis plusieurs années, les paysans cultivent les chrysanthèmes « William Turner » dans la région d'Adria. La production actuelle est d'environ 700.000 fleurs, et en 1964, les revendeurs ont réalisé un chiffre d'affaires de 25 millions de lires. La culture des chrysanthèmes est effectuée en général par les petits exploitants et par les petits métayers. Dans la zone de Cavazzano di Lusia, depuis quelques années on cultive les bulbes de tulipes et de glaïeuls. Une seule exploitation en produit environ 3 millions sur une superficie de 7 hectares. En 1964, la production de bulbes était de 13 millions sur environ 40 hectares. Souvent les pépiniéristes produisent plantes en pots et arbustes d'ornement, c'est le cas à Bologne, Ferrare, Forli ; la croissance vénitienne se traduit par un essor des superficies (qui passent de 5 à 56 hectares en dix ans). Seules les provinces alpestres, Haut-Adige, Frioul, Val d'Aoste, ne peuvent se permettre une floriculture notable, les rigueurs climatiques supprimant toute possibilité de culture.

Ainsi la plaine du Pô et le Latium appartiennent moins à l'économie horticole des régions méditerranéennes qu'aux régions floricoles périurbaines de toute l'Europe du Nord-Ouest. Le climat, les villes, orientent la production vers la satisfaction de besoins régionaux.

Importatrice de fleurs, l'Italie du Nord non tyrrhénienne est tributaire des marchés de San Remo et de Pescia. L'exemple romain illustre encore mieux la croissance d'un centre floricole autour d'une grande ville.

2. Le Latium

La rapide progression de l'horticulture ornementale du Latium est le résultat de la volonté et de l'esprit d'initiative de nombreux petits producteurs, ainsi que de sociétés organisées à l'échelle industrielle, de grands pépiniéristes qui comptent à leur actif une longue expérience technique et économique.

En 1962, les producteurs de la région romaine étaient au nombre d'environ 600, dont 315 dans les « Châteaux romains », 143 dans la banlieue romaine et dans la province romaine à proprement parler, et 126 près de Santa Marinella, au bord de la mer. La même année, les exploitations qui vendaient leur marchandise sur le marché de Rome étaient au nombre de 481, dont 24 de plus de 30 hectares, 68 mesurant approximativement 11 à 30 hectares, 156 de 10 hectares, 119 entre 3,1 et 10 hectares, 77 de 5 hectares et plus de 1.000 d'une étendue inférieure à 5 hectares.

En 1961-62 la vente totale des produits de l'ensemble de l'activité floricole du Latium a atteint 2.607.295.000 lires (soit environ 20,8 millions de francs) répartis comme suit :

Fleurs à couper	1.788.325.000 lires	68,6 %
Plantes d'ornement	812.220.000 —	31,1 %
Plantes et fleurs à parfum	6.750.000 —	0,3 %
TOTAL	2.607.295.000 lires	100,0 %

LES PLANTES D'ORNEMENT.

La grande spécialité du Latium — si l'on s'en tient aux ventes enregistrées par l'Institut italien des statistiques en 1961-62 — est la plante ornementale. La production du Latium représente 812.220.000 lires (6,5 millions de francs) soit 20 % du total national (3 milliards 188.592.000 lires, 31,9 millions de francs) contre 7,5 % pour la Toscane (303.180.000 lires, 2,4 millions de francs) et 51 % pour la Ligurie (2.035.075.000 lires, 16,3 millions de francs).

LES CULTURES DE FLEURS.

En 1963, le Latium a consacré à la floriculture plus de 1.000 hectares, pour la plupart dans les provinces de Rome et de Latina. La moitié de cette étendue est réservée à la culture en serres vitrées, froides, tempérées ou chaudes, s'étendant sur 330 hectares aux alentours de la capitale, 90 hectares entre Santa Marinella et Civitavecchia, 75 dans les collines des « Châteaux » romains. Les grandes serres de Latina, Pomezia et leurs environs présentent une envergure industrielle.

a) *La région de Santa Marinella-Civitavecchia* produit surtout des *œillets*, pour la plupart appartenant à des variétés italiennes, — malgré une affirmation progressive des œillets Sim — fleurissant en novembre et décembre. Les serres sont en voie d'expansion, et sont, pour la plupart, la propriété de petits floriculteurs possédant un équipement artisanal mais rentable ; on y cultive aussi des *violettes*, qui sont à l'origine de la floriculture locale, en effet, les pionniers de la région, ont entrepris la culture des violettes et des œillets vers 1910. En outre, toujours autour de Santa Marinella et de Civitavecchia, ainsi que près de Cerveteri, on cultive les *anémones*, les *soucis*, les *iris*, les *renoncules*, les *callas*, et les *fleurs d'euphorbe*.

La production de la côte de Civitavecchia a atteint une valeur approximative de 800 millions de lires, en 1962-63. Elle est presque entièrement vendue sur le marché de Rome et au détail : chaque producteur amène sur ce marché, directement, ses fleurs et plantes, et n'en cède qu'une partie modique aux revendeurs qui viennent les acheter sur place. Il n'y a pas de commerce organisé et les producteurs ne se sont pas unis pour la vente. Une exception, l' « Ente Riforma » groupe quelques producteurs dans un stand de vente. Une école professionnelle de floriculture a été ouverte dans la station touristique de Santa Marinella ; elle est fréquentée par une centaine d'élèves.

b) Les « *Châteaux romains* » sont spécialisés dans la production des *bulbes destinés à Rome*. Les *violettes* et plusieurs autres espèces de fleurs complètent l'éventail des variétés. Tandis que les « Châteaux romains » produisent des bulbes surtout pour Rome, les autres régions environnantes (notamment Ponte del Grillo, sur les bords du Tibre, Monterotondo près de Mentana, les pépiniéristes de la Via Salaria) en produisent exclusivement en vue de les exporter au Moyen-Orient et en Afrique du Nord, pour le compte de firmes hollandaises, aux termes d'une convention que celles-ci ont passée avec les floriculteurs romains. La reproduction et l'acclimatation des tulipes néerlandaises sont favorisées par le soleil de la campagne romaine et donnent d'excellents résultats. Une firme hollandaise avait obtenu voici dix ans la multiplication des bulbes en sept mois, au lieu du délai habituel d'un an et demi.

c) *La région floricole romaine strictement dite* comprend les terrains fertiles et les serres de Torre in Pietra, de Grottarossa, de Ladispoli, et d'Aprilia, spécialisés dans la production de *roses* et d'autres fleurs de luxe, notamment les *orchidées*. Les floriculteurs commercialisent leur marchandise sur le marché de la capitale et parfois en Italie du Nord.

On y compte aussi de petits et moyens pépiniéristes, recherchant une production spécialisée et de haute qualité.

La zone du Maccarese et d'Aprilia-Pomezia sur la Voie Laurentine et sur la Salaria, est plus spécialisée dans les plantes ornementales. On y obtient aussi des *roses*, des *gardénias*, des *glaïeuls*, des *narcisses*, des *œillets*, etc. Les pépinières de la route qui mène à Anagni produisent des dahlias et des chrysanthèmes. Plus au sud, vers Terracina et Fondi commence la zone pionnière du Mezzogiorno.

CHAPITRE IV

LA CONCURRENCE SUR LES MARCHÉS DE PRODUCTION

Tandis que l'individualisme des producteurs méditerranéens subsiste, les floriculteurs de l'Europe du Nord-Ouest se sont strictement organisés pour répondre à l'accroissement de la consommation. La Géographie de la Fleur, maintenant que l'on peut produire des fleurs partout en Europe, s'établit en fonction des prix. Des régions lointaines de production parfois situées dans d'autres continents ont été incitées à entrer dans le circuit d'approvisionnement européen, grâce à l'avion qui abolit distances et délais de livraison. Elles livrent une bataille de prix aux vieux ensembles floricoles.

A la lumière d'une étude des coûts de production en Europe on saisira ainsi la tentation qui s'offre à certaines régions favorisées, en Afrique en particulier, de se lancer dans une floriculture exportatrice.

I. L'établissement des prix de production

L'établissement des prix à la production, responsable de la réussite des entreprises horticoles, tient à une quantité considérable de facteurs. Le prix proposé par l'horticulteur pour ses produits doit être compétitif sur le marché local et sur le plan national. La nécessité d'examiner l'établissement de tels prix s'impose, mais ne vont être mises en valeur ici que les données générales des coûts de production. L'étude régionale prouvera, par la suite, les avantages de chacun des ensembles horticoles en ce domaine.

L'Institut d'Economie Horticole et de Sondage des Marchés de Hanovre, dans le cadre des enquêtes menées par l'Association Internationale des Producteurs de l'Horticulture (A.I.P.H.) a calculé un certain nombre de coûts de production en horticulture florale pour les pays de l'Europe Occidentale. En analysant les résultats de ces enquêtes il faut avoir en mémoire les très grandes difficultés de comparaison entre les indications fournies par les pays membres de l'A.I.P.H. Les questionnaires ont été remplis par les organismes spécialisés dans la production horticole de chaque nation, mais dans les grands pays européens il est absolument impossible de tenir pour exactes les valeurs *moyennes* figurant dans les tableaux pour l'année 1963. Le prix moyen en effet ne peut pas refléter les disparités régionales, et pour prendre un exemple français, les prix de production de la vallée de la Loire sont absolument différents de ceux de la Côte d'Azur. Un grand nombre de conditions locales particulières peuvent modifier les données moyennes. D'autre part, pour un même pays, il est difficile d'établir une qualité identique, un critère de qualité pour tous les pays. Les comparaisons s'avèrent délicates dans le domaine international, si l'on tient compte que des méthodes de fabrication ne sont pas les mêmes lorsque l'on franchit une frontière. Les prix exprimés par l'Institut de Hanovre sont estimés en dollars américains. Les parités ne reflètent que très imparfaitement le pouvoir d'achat des monnaies. Les tableaux statistiques que l'on utilisera ultérieurement sont donc à considérer comme des bases de comparaison, compte tenu de leurs imperfections, et non pas comme des valeurs exactes.

Trois domaines principaux ont retenu l'attention dans l'établissement des prix à la production : le coût de la main-d'œuvre, le prix de revient de la construction des serres, les autres dépenses d'infrastructure.

1. le coût de la main d'œuvre

Le coût de la main-d'œuvre tarifaire varie du simple au double selon les pays : les horticulteurs qualifiés touchent 0,96 dollar américain en Norvège et 0,40 dollar en Autriche. Luxembourg, Danemark et Suisse ont un salaire horaire élevé (0,89 à 0,92 dollar) ; les Pays-Bas, l'Allemagne Fédérale et la France donnent des salaires moyens (de 0,60 à 0,80 dollar). L'Italie et l'Autriche distribuent les salaires les plus bas (0,60 dans le cas de l'Italie). En réalité, le salaire réel perçu par les horticulteurs qualifiés est généralement supérieur au salaire tarifaire. Norvège et Danemark sont les seuls pays à ne pas payer de suppléments à leurs ouvriers. Dans tous les autres pays un salaire supplémentaire est versé ; la Suisse donne 15 % en plus, l'Allemagne Fédérale également.

D'une manière générale en Europe Occidentale il existe une très faible marge (parfois elle est inexistante) entre les salaires perçus par les horticulteurs spécialistes et les ouvriers agricoles employés dans les exploitations à des travaux d'horticulture, totalement ou partiellement. En Italie et au Luxembourg, la différence est de 10 cents américains par heure. Les normes retenues par l'A.I.P.H. pour la différenciation des deux catégories sont évidemment très strictes, et les chiffres que l'on avance sont sans doute légèrement au-dessus de ceux pratiqués dans l'horticulture en général. Les salaires distribués à un horticulteur qualifié correspondent à ceux d'un homme n'appartenant pas à la famille du chef d'entreprise, 21 ans, célibataire, ayant terminé depuis trois ans son apprentissage, et employé depuis trois ans dans la même entreprise. L'ouvrier ne doit pas appartenir à la famille de l'employeur ; il a cinquante

ans, est marié, a deux enfants. S'il ne possède pas de formation professionnelle, il a au moins dix ans de service dans la même exploitation. Les aides horticoles féminines ont trente-cinq ans, sont mariées, ont deux enfants et travaillent depuis leur jeunesse dans l'horticulture, n'ont pas de formation professionnelle mais sont employées depuis cinq ans dans la même exploitation.

Ces aides horticoles féminines ont des salaires beaucoup plus bas que ceux des hommes. Bien que Suisse et Italie affirment donner les mêmes salaires aux employés hommes et femmes, le tableau dressé par l'A.I.P.H. fait apparaître des différences sensibles. Au Danemark 60 cents par heure aux femmes contre 88 aux hommes, en Autriche 40 contre 49 ; par contre en France les femmes percevraient un salaire total horaire supérieur a celui des ouvriers : 64 cents contre 61 pour les ouvriers spécialistes. Les Pays-Bas n'emploient pas de main-d'œuvre horticole féminine.

Il ressort des enquêtes que le pourcentage des frais représenté par les salaires horaires représente de 75 à 85 % des frais totaux de main-d'œuvre. En Autriche le pourcentage s'abaisse à 70 mais monte à 92 au Danemark. Les restes des dépenses de main-d'œuvre, c'est-à-dire les charges sociales, les assurances, les salaires versés pendant les congés et les jours fériés, varient donc de 30 à 8 % en Europe.

COUT DE LA MAIN-D'ŒUVRE PAR HEURE DE TRAVAIL
(COUT RÉEL COMPTE TENU DES CHARGES SOCIALES)

	Horticulteur qualifié	Ouvrier qualifié	Aide féminine
Suisse	0,98	0,90	0,90
Danemark	0,89	0,88	0,60
Allemagne Fédérale	0,87	0,84	0,68
Pays-Bas	0,80	0,77	—
France	0,61	0,74	0,65
Autriche	0,49	0,48	0,45

Les charges sociales sont les plus lourdes en Autriche, au Luxembourg (17 %) dans le décompte des salaires tarifaires. Elles baissent à 11 % aux Pays-Bas, en Allemagne et en France, à 9 % en Italie et à 2 % seulement au Danemark.

COUT DE LA MAIN-D'ŒUVRE HORAIRE EN 1959 ET EN 1963

	1959		1963	
	Légal	Réel	Légal	Réel
Finlande	0,65	0,80		
Danemark	0,61	0,61	0,79	0,79
Pays-Bas	0,46	0,52	0,75	0,79
Belgique	0,62	0,62	—	—
Allemagne Fédérale	0,42	0,46	0,67	0,80
Suisse	0,66	0,73	0,78	0,93
France	0,53	0,60	0,62	0,67
Italie	—	—	0,54	—

Tout compte fait, la part des salaires dans le coût total de production varie de 30 à 50 % dans l'horticulture et dépend à la fois du produit cultivé et de la façon dont est menée la culture. Ainsi en Toscane on estime le temps de travail suivant pour un hectare d'œillets, de roses et de fleurs à bouquets :

Nombre de journées de travail d'hommes ..... 540, 400 et 300
de femmes ..... 2.690, 1.600 et 800

Dans tous les pays où l'A.I.P.H. a pu suivre l'évolution des salaires horticoles, on

assiste à une rapide augmentation depuis 1959, et en particulier entre les années 1961 et 1963. Les pays de la Communauté Européenne Economique ont des salaires en augmentation plus rapide (jusqu'à 50 % en Italie) que dans les pays tiers.

Cette évolution moyenne masque des distorsions entre les différentes branches de l'horticulture. Les ouvriers des pépinières dans l'ensemble touchent moins que les ouvriers des exploitations de fleurs coupées. Dans certains pays des primes sont versées aux ouvriers en fonction de leur rendement, de leurs capacités. Dans certains autres au contraire, comme aux Pays-Bas ou en Allemagne Fédérale, il est exceptionnel que de tels versements soient opérés. Légalement en effet le salaire ne doit pas être dépassé. Toutefois dans un même pays les variations légales peuvent être importantes. C'est ainsi que dans le Länd de Bavière, un ouvrier qualifié ne touche que 86 points d'un indice fédéral de 100, alors qu'au Wurtemberg, l'indice est de 116. Certains pays, après avoir fourni les indications qui ont permis l'élaboration des tableaux de salaires, annoncent que ces mêmes salaires subissent des hausses de 25 % en Autriche et 10 % en Suisse.

La durée du travail varie elle aussi dans de sensibles proportions. Les ouvriers horticoles font tous plus de 285 jours de travail en Europe Occidentale, et le maximum est de 295 en Suisse, Pays-Bas et Danemark. L'horaire quotidien de travail passe de 7,7 au Danemark à 8 en France et en Italie et à 8,3 en Autriche. Cela donne un total annuel de 2.130 heures à 2.400 heures par an ; les heures supplémentaires aux jours de travail sont en dehors de ce total et sont payées entre 20 et 50 % au-dessus des tarifs normaux.

2. le prix des serres

La difficulté inhérente à l'enquête sur les serres est la disparité des méthodes de construction suivant les régions. Les données ne sont donc que des indices. Danois et Néerlandais disent ne pas connaître les constructions en métal galvanisé, tandis que les Néerlandais fournissent le prix d'une serre métallique type, ils utilisent surtout dans la construction de la charpente des bois spécialement traités qui abaissent le prix de revient. En dehors de toute dépense d'achat de serre, on doit tenir compte de la durée variable des matériaux et du même coup de durées d'amortissement très variées. Les serres métalliques à fondations cimentées ont un amortissement différent des abris de matières plastiques.

PRIX D'ACHAT ET AMORTISSEMENT DES SERRES

	PRIX D'ACHAT (en dollard par m²)						AMORTISSEMENT	
	Serre à fleurs coupés			Serre à plantes en pots			Serre à fleurs	Serre à pots
	Bois	Bois-Métal	Métal	Bois	Bois-Métal	Métal	Tous types	
Danemark	—	13,63	—	—	15,28	—	95,96	106,79
Pays-Bas	10,10	—	—	—	—	—	90,55	—
Allem. Fédérale .	—	—	20,50	—	—	23,00	97,50	115,00
Autriche	—	—	17,60	—	—	17,47	88,30	85,35
Suisse	—	—	23,32	—	—	37,49	116,60	187,45
France	—	13,88	17,93	—	15,90	19,95	89,65	99,75

Les fondations, les installations de chauffage et d'eau jouent un grand rôle dans la formation du prix des serres, même si les constructions sont, à travers les différents pays, d'un type similaire. Le climat a donc un rôle déterminant dans la rentabilité d'une serre. Alors que dans tous les pays la construction des serres revient autour de 20 dollars au mètre carré (15 au Danemark, 21 en Allemagne), les Suisses se distinguent par un prix de construction nettement plus élevé (22 à 38 dollars), suivant la destination de la serre (fleurs coupées ou plantes en pots). Excellent outil de travail, les serres entrent donc dans une mesure déterminante dans l'établissement des prix de production.

3. les autres dépenses d'infrastructure

Une dépense essentielle, l'achat de la terre et son amortissement n'ont pas encore été calculés par l'A.I.P.H. Il n'est pas possible de déterminer, pour l'instant, dans quelle proportion de telles dépenses peuvent influencer les prix de revient. Les zones horticoles se trouvent toujours dans des régions où le prix de la terre est élevé, la proximité des grandes agglomérations étant la cause de la surenchère.

Le chauffage est la dépense essentielle : il faut en effet se procurer les chaudières puis les combustibles. Les chaudières à mazout sont un élément essentiel de rentabilité dans une entreprise horticole. Tous les pays construisent des chaudières à mazout ; mais les Pays-Bas fabriquent les moins chères, tandis que tous les autres pays d'Europe ont des prix de production plus élevés. Du coup, les ventes de chaudières en Europe tiennent compte des prix néerlandais et l'industrie des Pays-Bas place ses chaudières des rivages de la Méditerranée à ceux de la Baltique. Les Pays-Bas les vendent 330 dollars, tandis que les Autrichiens les fabriquent pour 1.000 dollars ! Par ailleurs les combustibles sont fournis à des prix très variables : même à l'intérieur d'un même pays des différences existent. Les comparaisons s'avèrent donc très difficiles. Suisse et Autriche paient très cher le coke ; Néerlandais et Allemands l'ont à un prix très bas. En Italie et Autriche, le mazout léger est le moins cher de toute l'Europe, il est plus élevé en Allemagne Fédérale et en France, mais son prix varie suivant les Länder allemands.

Les dépenses de mécanisation et de motorisation sont encore en ce domaine inégales. Les prix des tracteurs et des motoculteurs peuvent être difficilement considérés comme des éléments de référence. Bien que leur emploi se généralise dans un grand nombre d'entreprises, les horticulteurs n'ont pas besoin d'un matériel très puissant et très varié : ils travaillent sur de petites surfaces, les labours sont rares, ils utilisent même des terres rapportées. Dès que l'on s'adresse à des produits fournis par l'industrie, chaque pays a un matériel moins cher que dans les pays voisins, la production nationale étant parfois protégée par des droits de douanes. Si l'on prend le même matériel, la comparaison n'est pas plus valable : un tracteur allemand vendu en Europe a des prix différents selon les pays. Le matériel d'origine nationale est dans chaque pays à peu près au même niveau de prix. Un produit par contre varie beaucoup, les pots de terre cuite sont très chers au Danemark et moins élevés ailleurs.

PRIX DU MATÉRIEL D'EXPLOITATION (en dollars, au 1er janvier 1963)

PAYS	Danemark	Pays-Bas	Luxembourg	Allemagne Fédérale	Autriche	Suisse	France	Italie
MATÉRIEL								
Châssis :								
a) hollandais au m².	—	2,44	3,00	2,90	1,15	4,46	—	—
b) autre type	—	2,61	2,33	3,25	2,35	6,40	6,25	—
Chauffage chaudière 20.000 calories/m² ..	25,34	2.485,8	2.994,4	2.800,00	3.115,26	—	2.700,00	
Brûleur mazout 350.000 calories	941,20	331,44	480,00	575,00	1.392,25	617,22	729,00	—
Tracteurs :								
a) Motoculteur 8-10 CV. Prix total	—	1.266,38	698,00	695,00	—	1.074,42	874,81	476,8
b) Motoculteur agria 12.600, 6 CV. Prix	664,64	549,92	573,20	480,75	—	509,78	678,38	—
Tuyau arrosage caoutchouc	0,76	1,59	0,84	1,25	0,49	1,95	1,52	—
Pots terre cuite, 1.000 pots, Ø 8-12 cm	18,39	9,67	20,00	13,00	11,54	17,37	12,96	—

Le prix de l'eau d'irrigation est très variable selon les pays et les régions. Autrichiens et Danois ont une eau à bon compte. Dans les autres pays le prix est fonction de l'origine de l'alimentation : réseau de distribution d'eau de ville ou eau d'irrigation rurale. Au contraire, un produit industriel comme les engrais minéraux varie très peu dans les pays européens sauf en Suisse où les engrais sont beaucoup plus chers. Les produits phytosanitaires sont d'autant plus variables que les traitements ne sont pas les mêmes suivant les pays et les climats et peuvent d'autre part varier en fréquence. Il est donc impossible de fixer une dépense en ce domaine.

En guise de bilan, on utilisera une étude statistique de l'A.I.P.H. essayant de déterminer un indice des prix moyens de production en horticulture, tenant compte de trois facteurs prépondérants : les frais de main-d'œuvre, l'amortissement des investissements d'infrastructure et les prix des combustibles. L'estimation des différents secteurs de dépense est la suivante : main-d'œuvre 40 %, moyens de production 60 %. Dans la plupart des pays européens la part des salaires augmente plus vite que les dépenses dans les autres secteurs.

Evolution des prix moyens de production
(indice 100 en 1959)

	Coût de la main-d'œuvre		Prix des matériaux utilisés (*)		Indice des moyens de production	
	1961	1963	1961	1963	1961	1963
Danemark	—	130	—	117	—	122
Pays-Bas	115	167	95	117	103	137
Allemagne Fédérale ..	127	167	99	116	110	136
Suisse	103	122	94	109	98	114
France	104	115	100	94	102	102

(*) Les indices sont calculés pour une culture sous serre chauffée.

Ainsi la France est le pays où les augmentations sont le plus modérées ; il faut attendre encore quelques années, en réalité la réalisation du Marché Commun, pour savoir si cette tendance qui montre un progrès des dépenses de production en Allemagne et aux Pays-Bas peut jouer en faveur des régions méditerranéennes françaises et italiennes.

En fin de compte il apparaît comme évident que les indices que l'enquête, aussi parfaite soit-elle, met en valeur ne sont que des approximations globales. La réalité est autre. Quittant le cadre des comparaisons nationales pour celui des études régionales on peut se rendre compte des mêmes difficultés. Il n'existe pas de moyenne, d'exploitation-type. D'une année à l'autre les secteurs de la production sont plus ou moins favorisés : une famille productrice de roses peut réaliser uen excellente année et s'endetter l'année suivante. Les bilans des entreprises ne se reproduisent pas d'année en année, il existe des régressions ou des progrès spectaculaires. Toutefois l'on a avancé, au début de cet ouvrage, l'idée que l'horticulture ornementale fournissait de très hauts profits et, une année dans l'autre, les situations de marché se compensant, les horticulteurs appartiennent à un secteur économique très favorisé. Quelques bilans d'entreprises vont essayer de le prouver.

Bilan d'une entreprise d'œillets américains

Antibes, chiffres calculés sur un hectare Le terrain est supposé acquis, sans bâtiments. L'eau et l'électricité sont déjà amenées. La culture se déroule sous serres chauffées.

I. Frais de premier établissement

1. — Bâtiments

a) 4 constructions type F 3 × 50.000 F	200.000
b) Une salle de conditionnement 150 m² × 300 F	45.000
c) Une remise 50 m² × 300 F	15.000
	260.000

2. — Serres métalliques		
10.000 m² × 75 F		750.000
3. — Matériel		
a) Chauffage par air pulsé 10.000 m² × 15 F		150.000
b) arrosage par distribution automatique		30.000
c) banquettes ciment et cadres métalliques		50.000
d) matériel de traitements phytosanitaires		8.000
e) un fourgon		15.000
f) un motoculteur		8.000
g) une chambre froide 100 m²		20.000
h) un appareil de désinfection à la vapeur		30.000
i) petit outillage divers		9.000
		320.000
Total du I	1.330.000	
II. Frais annuels		
1. — Main-d'œuvre (y compris charges sociales)		
a) 4 ménages × 1.180 × 12 mois		57.000
b) 8 femmes × 10 heures × 160 jours × 2,5 F		32.000
		89.000
2. — Préparation du sol et plantation		
a) défonçage : 6.600 m² × 1,5 F	arrondi	10.000
b) tourbe : 6.600 m² × 6 kg × 0,30 F		12.000
c) fumier : 6.600 m² × 20 kg × 0,60 F		8.000
d) désinfection du sol : 6.600 m² × 2 F		13.000
e) boutures 220.000 × 0,28 = 61.600, une partie étant conservée 2 ans dépense par an		40.000
		83.000
3. — Fournitures agricoles		
a) engrais 10.000 m² × 0,70 F		7.000
b) insecticides 10.000 × 0,60 F		6.000
c) fil de coton, fil de fer		5.000
d) divers		2.000
		20.000
4. — Energie		
a) Fuel 120.000 litres × 0,15 F		18.000
b) Electricité		4.000
c) Essence, divers		3.000
		25.000
5. — Assurances		
Incendie, grêle, travail, accidents		5.000
6. — Amortissement		
a) serres 20 ans : 750.000 : 20		37.500
b) bâtiments : 25 ans 260.000 : 25		10.400
c) Matériel : 7 ans 320.000 : 7		45.700
		93.600
Total des frais annuels	315.600	

III. — Recettes annuelles

La plantation se faisant en juin, la récolte débute en octobre, et se poursuit jusqu'au 15 juin suivant. Les plants sont alors selon leur état soit taillés pour une deuxième année de production, sans frais de replantation, soit arrachés pour être immédiatement replantés. Les rendements indiqués sont ceux d'une bonne culture.

	Production fleurs par pied	à l'hectare, Production en dizaines	Prix de vente dizaine, moyen	Recettes moyennes
Octobre	0,8	17.600	1,40	24.640
Novembre	0,8	17.600	2,40	42.240
Décembre	0,7	15.400	3,80	58,520
Janvier	0,7	15.400	3,20	49.280
Février	0,7	15.400	3,20	49.280
Mars	0,8	17.600	3,00	52.800
Avril	1,0	22.000	2,40	52.800
Mai	1,5	33.000	2,00	66.000
Juin	0,8	17.600	1,00	17.600
Total	7,8	171.600		413.160

Récapitulation : Recettes annuelles ..... 413.160 F
frais annuels ..... 315.600 F
bénéfice ..... 97.560 F

De tels bilans ne peuvent être compris que dans un contexte régional de production. Suivant que la production provient d'un domaine spécialisé en une seule plante ou axé sur plusieurs espèces, ou d'un domaine polyculteur où les plantes à fleurs entrent dans une proportion variable dans le revenu, ces bilans d'exploitations sont plus ou moins révélateurs d'une situation économique. Le métayer italien et le petit producteur néerlandais peuvent réaliser le même chiffre d'affaires mais leur situation économique et sociale n'est pas pour autant comparable. Ainsi, après l'étude des régions de production pourra-t-on, à la lumière du contexte économico-social, déterminer les avantages et les inconvénients des différents prix de production.

2. La mondialisation de la floriculture

Tandis que la Côte d'Azur et son prolongement italien sont entrés en production depuis bientôt un siècle, que dans les banlieues des grandes villes d'Europe du Nord-Ouest la floriculture sous serre devient de plus en plus importante, le marché européen est aujourd'hui approvisionné par des régions floricoles très lointaines. Depuis une dizaine d'années deux éléments ont concouru à la constitution, puis à l'essor, de centres diffus en Europe et dans le Monde. Le premier est l'organisation d'un vaste réseau de transports aériens dépourvu une partie de l'année d'un fret suffisant pour assurer sa rentabilité. Les compagnies aériennes BEA, BOAC, Air France, la KLM, la SAS et même la Panam ont utilisé les fleurs pour remplir les cales de leurs avions. Les aéroports de Nice, de Rome, de Barcelone, de La Valette, de Tel-Aviv, du Caire, de Johannesburg, de Singapour, de Rio de Janeiro, de Denver, de Miami, de New York, drainent la production horticole des régions environnantes et l'expédient vers l'Europe Occidentale.

Le deuxième élément provient du prix intéressant obtenu par les fleurs des régions chaudes et tropicales sur les marchés européens. Le prix du transport par la voie aérienne

n'entre pas pour plus de 5 % environ dans le prix de vente à la clientèle. Aussi ce commerce est-il surtout alimenté par des orchidées, des roses, des glaïeuls, des feuillages d'ornement beaucoup plus que par des œillets. Seuls les pays de l'Afrique du Sud (République Sud-Africaine, Rhodésie et Kenya) ont décidé de conquérir le marché européen par une production de masse, d'œillets en particulier. Les répercussions des apports africains sur le marché britannique et allemand sont décisives dans l'établissement des cours des fleurs.

Ainsi deux groupes de fournisseurs lointains se sont constitués, le plus important situé sur le pourtour méditerranéen, avantagé par la relative proximité des centres de consommation et par l'exceptionnelle densité du réseau aérien. Les glaïeuls produits en Israël arrivent plus vite à Munich que les fleurs des Rivieras italienne et française voyageant en train. Les conditions de transport étant meilleures, les fleurs sont de qualité supérieure et atteignent les meilleurs cours. Aussi certains producteurs européens avisés ont-ils tendance à installer une partie de leurs cultures dans ces régions lointaines pour profiter des avantages de financement, des prêts à long terme pour la construction des serres par exemple, accordés par les Etats désireux d'accroître leurs exportations et les rentrées de devises.

Le faible montant des salaires accordé à une main-d'œuvre inexpérimentée mais ardente au travail contribue à fixer l'attention des grandes firmes horticoles européennes sur ces régions "privilégiées". Des maisons danoises, allemandes, anglaises sont à l'origine de la culture des œillets en Afrique du Sud, des Suisses et des Italiens ont participé à l'essor de l'horticulture catalane, des Danois sont les premiers producteurs de fleurs en Sardaigne. Un horticulteur de San Remo possède même un avion-cargo personnel qui deux fois par semaine de Barcelone et de Taggia s'envole vers la vallée du Rhin et Stockholm pour livrer la production de l'entreprise située pour partie près de Mataro et pour partie près de San Remo. Une autre catégorie de producteurs utilise l'avion pour écouler des produits horticoles en période d'encombrement du marché local ou national. Les œillets d'Argentine, du Colorado, l'asparagus de Floride, les orchidées de Malaisie parviennent sans crier gare sur le marché européen. Il ne s'agit jamais de commandes passées par des importateurs européens. Ces expéditions aboutissent dans la vallée du Rhin, à Paris, et surtout à Londres où se pratique la vente à la commission.

On peut donc essayer de dégager, à travers une étude rapide des différents producteurs, dans quelle mesure ces régions lointaines influencent le marché européen.

a) les producteurs pionniers de la Méditerranée

En suivant les rivages méditerranéens on rencontre en Espagne la Catalogne et les Huertas du Sud-Est, en Italie un grand nombre d'îlots dispersés dans le Midi et surtout en Sardaigne, l'Ile de Malte, la Côte Dalmate en Yougoslavie, la banlieue athénienne, les oasis israéliennes, la tête du delta du Nil, et enfin, à l'extrémité du Maghreb, par-delà une Afrique du Nord momentanément retirée des circuits commerciaux, le Maroc.

1° Le Mezzogiorno.

L'Italie du Sud est l'exemple même d'une réussite née d'une volonté délibérée de création de zones horticoles dans un milieu naturel favorable, mais situé très loin des marchés de consommation. Cette floriculture compte essentiellement sur des transports rapides (avion, camion et autoroute) pour assurer sa commercialisation et n'a pas encore constitué de zone homogène. L'éparpillement des cultures est généralisé au point que rares sont les provinces qui dépassent 100 hectares de cultures. Les cultures sous serres modernes et les abris sous plastique fournissent des fleurs dont les prix de revient sont relativement plus bas que ceux de l'Europe du Nord. Les capitaux s'investissent toutefois volontiers car le financement est aidé par des prêts à long terme et la Caisse du Midi s'intéresse à l'expansion de la floriculture. Le grand avantage des nouvelles exploitations est d'avoir un haut rendement en liaison avec la très forte insolation et l'intense luminosité. L'ensemble totalise aujourd'hui 3.150 hectares et représente une part croissante de la richesse horticole ita-

lienne. Dans quelques années, lorsque la production aura atteint son plein rendement, les circuits commerciaux s'étant organisés, les îles et l'Italie du Sud constitueront un ensemble de la plus haute importance qui n'en est, pour l'instant, qu'à ses débuts. Certaines régions ont déjà réalisé des progrès sensibles. Quatre provinces, Latium du Sud, Campanie, Sicile et Sardaigne ont acquis leurs lettres de noblesse. Les autres : Pouilles, Basilicate et Calabre continuent à s'équiper.

On ne peut pas en effet considérer que la production de l'immédiate banlieue romaine, Santa Marinella et les châteaux romains, fait partie de cette zone pionnière. Le développement de la floriculture est ici en liaison directe avec l'essor du marché romain. Loin d'être une région d'exportation, sauf pour quelques variétés et en petites quantités, le Latium du Nord ne suffit pas à approvisionner le marché de la capitale.

L'étude régionale de la production permet de localiser les points d'expansion de la floriculture. Suivant les cas on rencontre en effet des cultures traditionnelles en plein air comme dans la région napolitaine, des cultures sous serre modernes dans des régions où il n'y avait aucune habitude floricole, comme dans les Pouilles et en Basilicate, des transformations où les maraîchers deviennent floriculteurs comme en Latium du Sud. Toute mise en culture suppose d'abord la construction de serres. En 1966, les serres couvrent :

7,3 hectares en Latium
11,4 — dans les Pouilles
35 — en Calabre
9,5 — en Sardaigne
1,3 — en Sicile

mais des dizaines d'hectares sont en chantier dans tout le Mezzogiorno.

a) L'horticulture traditionnelle en Campanie

Les floriculteurs traditionnels de la Campanie, de Naples ou de Salerne, s'intéressent surtout à la production des œillets ou des fleurs de bulbes en plein air. Dans l'ensemble horticole de Naples à Sorrente 369 hectares sont consacrés à la culture ornementale (10 hectares sous verre). La consommation locale est relativement importante surtout au printemps et en été. Les champs, souvent minuscules, s'intercalent entre les vastes étendues de cultures d'artichauts sur les terres noires des versants du Vésuve, le long de l'autoroute du Soleil, vers Resina, Torre del Greco, Boscotrecase, Torre Annunziata et Castellamare di Stabia. Les œillets poussent aussi à Gromane, Bellavista. A Pouzzoles, à l'ouest de Naples, on cultive depuis longtemps les plantes en pots et les rosiers, la culture évolue vers la production des fleurs coupées. On retrouve ces cultures vers Vietre-Salerne et au pied des collines en petites parcelles dispersées jusqu'à Eboli. Œillets crevards, d'obtention locale et plus rarement œillets américains, roses, glaïeuls, bulbes grossis sur place ou dans la plaine de Sele, sont ici les principales espèces cultivées. Au nord de Pouzzoles, le long de la Via Domiziana jusqu'au lac de Patria, à Marano et Qualiano, les roses sont les principales fleurs coupées, tandis que les piments ornementaux sont de plus en plus appréciés par le commerce d'exportation.

b) Dans le Latium les maraichers abandonnent peu a peu leur spécialité pour s'adonner à la culture de plantes à fleurs, surtout dans le Sud autour de Terracina. Il y a là 900 hectares de serres à couverture en matière plastique destinées depuis quelques années à la culture des tomates. En 1965, 4 hectares ont été consacrés à la culture des œillets américains, et ce chiffre a été porté à 5 en 1966. De gros espoirs sont mis dans cette région qui parviendra sans doute dans quelques années à un rang exceptionnel.

c) Les zones pionnières sont éparpillées le long des cotes de Mezzogiorno. Le marché de Bari n'explique pas la localisation de la culture des œillets américains à Terlizzi, à 30 kilomètres à l'ouest du port adriatique. La production se tourne vers un calendrier continu et l'eau qui a longtemps été un obstacle est maintenant en quantité suffisante si bien que 10 hectares sont cultivés en plein air et quelques serres sont en cours de montage.

Dans la péninsule Salentino au sud de Gallipoli, à Taviano, les cultures de serres et de plein air se développent tandis qu'autour de l'antique Metaponte grossissent les bulbes. La superficie occupée par les cultures de glaïeuls est de 40 hectares dans la seule province de Matera. Huit exploitations réunies en une société réalisent l'essentiel des cultures de fleurs coupées (1 hectare de roses, 2 d'œillets, 3 de glaïeuls, 3 d'anémones ; 2 hectares sont protégés par des serres). La zone littorale de la mer Ionienne peut permettre un grand développement des cultures de bulbes.

De vastes zones de culture de tulipes sont en cours d'aménagement sur les rives de la mer Ionienne où sont installés des serres modernes et des systèmes d'irrigation. L'initiative a été prise par une société à participation hollandaise.

En Calabre, autour de Reggio, sont rassemblées les plus importantes cultures de jasmin du monde (40 % de la production) ainsi que de bergamotte. A côté de ces cultures destinées à la parfumerie, les fleurs coupées connaissent un développement intéressant ; un établissement horticole vient de construire 4 hectares de serres dont 2 sont consacrés à la culture de plusieurs variétés d'orchidées.

Cette région qui compte déjà quelques entreprises floricoles bien organisées, présente d'immenses possibilités grâce au milieu naturel, pour développer, à côté d'une culture d'agrumes, une floriculture relativement facile et peu coûteuse, spécialisée dans les fleurs et les plantes d'origine tropicale, déjà acclimatées ou à acclimater et à cultiver en Italie.

La Station expérimentale de Floriculture de San Remo a préparé (96) depuis longtemps un registre comprenant quelques centaines d'espèces tropicales qui pourraient avantageusement être introduites en Italie, à côté des nombreuses espèces déjà cultivées avec succès ; la région calabro-sicilienne serait la plus indiquée pour y transplanter les superbes végétations d'Amérique Latine, d'Afrique du Sud et d'Australie. Dans les jardins de Reggio de Calabre pousse spontanément l'*Euphorbia pulcherrima*, avec une fleur rouge apicale mesurant 40 à 45 centimètres de diamètre.

On pourrait y produire également, à l'échelon industriel, les grandes fleurs roses du *Nelumbium grandiflorum* qui vient de l'Inde, les précieux pavots bleu ciel *Meconopsis* et toutes les orchidées : *Cattleya, Laelia, Stanhope...*

Le mandarinier japonais *Kumquat* est une plante ornementale déjà répandue dans les jardins privés de Reggio de Calabre. Le Kumquat atteint sa plus belle forme vers la période de Noël et se vend alors facilement. La Calabre est également la terre des freesias car ici cette iridacée aux fleurs blanc-jaunâtre ou crème, ou encore nuancées de violet, acquiert une beauté vigoureuse et un parfum pénétrant que l'on ne peut obtenir que dans ces régions.

Dans le Massif de Sila fermant au sud le golfe de Tarente des cultures près de Catanzaro s'intensifient ; des serres sont construites à Cropani Marina (1 hectare au total réparti en une quinzaine de producteurs) ; cela se réalise dans le cadre de l'aide apportée au paysannat local par l'Opera Sila. Roses, freesias, callas (arums) sont obtenus dans les exploitations dispersées dans la région de Cosenza.

La Sicile reste encore défavorisée par sa position insulaire. Le développement de l'avion lui fait espérer une amélioration rapide de sa situation. Pour l'instant la grande île reste spécialisée dans des cultures qui peuvent supporter un long délai de transport, asparagus, bulbes, graines. La superficie floricole est de 338 hectares pour la campagne de 1964, et une estimation de 1966 la porte à 430 hectares dont 75 dans la province de Catane, 88 à Messine, 90 à Palerme, 37 à Syracuse, 140 à Trapani. Œillets, glaïeuls, tubéreuses, asparagus sous ses deux formes, Etoile de Noël (*euphorbia pulcherrima*) sont les principales fleurs commercialisées. Les Siciliens ont développé également la culture des plantes en pots (15 hectares à Catane, Messine et Trapani), et dans ces mêmes régions 8 hectares de grossissement de

---

(96) Puccini : *Possibilità di sviluppo della Floricoltura in Sardegna.* « L'Agricoltura Italiana », 3, 1963, Pisa.

bulbes. Profitant des possibilités de financement accordées aux agriculteurs du Midi, les Siciliens développent les cultures sous serres (5 hectares pour l'instant). Une enquête de 1965 n'indique que 258 entreprises horticoles spécialisées ; leur petit nombre ne leur permet pas de représenter un pourcentage important de la production nationale. Pour l'instant la commercialisation dirige les produits vers Naples, Rome et Milan et beaucoup plus rarement sur les marchés de Toscane et de Ligurie. Les importateurs allemands sont les seuls étrangers à adresser quelques commandes aux Siciliens. Les plaines fertiles de la Conque d'Or autour de Palerme, et la région de Catane constituent les domaines les plus riches en possibilités. Il est à souhaiter que le désenclavement de cette région par l'avion lui permette de réaliser sa véritable vocation, comme tel est le cas en Sardaigne.

d) La Sardaigne, exemple d'une réussite

La floriculture sarde connaît un essor exceptionnel. Jusqu'en 1952 aucune tentative de culture n'a été faite. A partir de ce moment, sans aucune base antérieure, sans expérience mais sans complexe, l'horticulture sarde se développe. Les dépressions fertiles de la plaine de Gallura au nord et le couloir du Campidano au sud-ouest attirent les installations. Les fleurs obtenues ont des couleurs plus vives qu'ailleurs ; cela est dû aux terrains moyennement compacts au nord d'Alghero, aux terrains sableux d'Arborea dans la Bonifica di Sassu, au sud d'Oristano, ou aux sols des plaines alluviales bien protégées des vents le long de la côte orientale. Tous ces terrains sont exempts de maladies et ne sont pas fatigués par de précédentes cultures. D'autres zones comme la région de Villacidro au cœur du Campidano peuvent devenir propres à la floriculture, la température des eaux thermales proches pouvant en outre être utilisées l'hiver au réchauffement des serres. Les plantations d'eucalyptus serviront à briser l'élan des vents méditerranéens. Dans cette île un grand nombre de plantes vivent à l'état spontané et viennent enrichir les collections des producteurs. Les palmiers (*chamerops humilis*), les ficus, les euphorbes, les phœnix, croissent en pleine terre.

Les entreprises de formation récente ont surtout porté leur intérêt sur l'œillet américain. Autour de Cagliari, en grandes propriétés de 2 à 3 hectares chacune, l'œillet couvre 25 hectares. Les investissements qui ont permis la constitution des exploitations sont venus d'apports locaux (Caisse du Midi) mais surtout de l'étranger. Les firmes qui s'installent sont des filiales d'entreprises danoises ou allemandes. La production est d'ailleurs commercialisée dans les pays germaniques : la S.A.M. avec un avion-cargo Cagliari-Nice-Düsseldorf emporte les fleurs sardes vers la vallée du Rhin. A Cagliari s'organisent des coopératives de producteurs (comme Ortoflor) recherchant un débouché dans les pays de la C.E.E. A proximité de Cagliari un groupe de serres de 6 hectares fournit surtout des fleurs pour l'exportation. Plus rares sont en effet les expéditions par le courrier aérien normal Cagliari-Rome. Toutefois l'aérodrome d'Alghero au nord-ouest de l'île jouera un rôle décisif lorsque seront équipées les exploitations de la dépression du Mannu en aval de Sassari, jusqu'à Porto Torres. Pour l'instant 5 hectares de serres sont en culture.

Tous les secteurs de la floriculture connaissent une brillante expansion. Le signe visible en est l'augmentation des surfaces sous abri vitré. Trente hectares en 1965 dont 25 de serres modernes autour de Cagliari, jusqu'à Quartu à l'est et Pula au sud-ouest de l'agglomération, alors que cinq ans plus tôt aucune serre floricole n'existait dans l'île. Des Danois ont saisi l'occasion d'une aide de l'Etat italien pour constituer un vaste ensemble de serres producteur de boutures de chrysanthèmes revendues ensuite dans le monde entier (la production annuelle moyenne est de 40 à 45 millions de boutures).

Certaines entreprises louent des *avions charters* pour livrer la production à Fiumicino et alimenter ainsi le marché romain. L'exploitation modèle de Quartuccio di Cagliari est une des plus remarquables de toute l'Italie. L'entreprise est gérée à cycle complet, c'est-à-dire qu'elle ne produit que ce qu'elle sait pouvoir écouler. Un bloc de serres de 3,6 hectares construit en 1963 fournit des chrysanthèmes et des œillets Sim pour les pays nordiques. Ce bloc est entouré de 20 hectares de cultures en plein air. La production des fleurs est rigoureusement planifiée en tenant compte de la récolte et des contingents autorisés par les Allemands. La production

de l'entreprise est encore inférieure à la demande et reste donc susceptible d'un fort accroissement. Dans la région de Cagliari, en avril 1967, une floraison hâtive a provoqué une rapide saturation des débouchés normaux. Les producteurs du Campidano, le 25 avril, ont décidé de détruire 500.000 œillets. Répartis sur les territoires de Carbonia, Oristano Capoterra et Quartù, ils sont tous adhérents de la même coopérative. Une telle destruction représente les ventes habituelles de près d'une quinzaine de jours sur les marchés allemand et suédois. Des mesures d'une telle sagesse sont exceptionnelles dans le mode méditerranéen traditionnel.

La Caisse du Midi doit fournir en dix ans (1960-70) au moins trois milliards de lires pour la construction des serres. En 1963 les quatre cinquièmes de la valeur des fleurs commercialisées en Sardaigne proviennent de cultures de serres. Les investissements étrangers se fixent d'autant plus volontiers sur la grande île que la main-d'œuvre abondante, travailleuse, est peu coûteuse.

L'Italie du Sud est donc bien placée pour parvenir en quelques années à un rang excellent dans le concert des régions exportatrices. Combinant les moyens techniques de l'Europe froide et l'ensoleillement méditerranéen, *les Italiens sont capables de bouleverser le marché de la C.E.E. après 1968.*

2° La floriculture espagnole.

Dernière venue dans le groupe des producteurs méditerranéens, l'Espagne devient, depuis quelques années, un concurrent audacieux tout en traversant une phase d'adaptation difficile au marché européen. Jusqu'en 1960, l'Espagne figurait rarement dans les statistiques du commerce européen. Un développement récent est en grande partie dû à des décisions étrangères. La Catalogne se transforme en une région floricole. Les conditions naturelles toutefois ne sont pas idéales ; le bon marché de la main-d'œuvre, plus que les faveurs du climat, a suscité l'afflux de capitaux étrangers. En effet, en dépit de son appartenance au monde bioclimatique méditerranéen, cette région a un degré hygrométrique très élevé en permanence et les coups de froid vifs (de — 3° à — 5°) sont fréquents en hiver. Seules, la Maresma et la grande banlieue de Barcelone n'auraient pu réaliser cette mutation. L'économie agricole, même si elle rencontre des points d'intensité et des conditions de bonne rentabilité, ne pouvait trouver l'influx financier nécessaire à une orientation vers l'horticulture ornementale.

Le marché espagnol n'est pas intéressant, n'offrant que des possibilités limitées (97). Les horticulteurs de banlieue satisfont sans grande difficulté une demande au total réduite. Ici, plus encore qu'en Italie, on vit dehors. Le *patio* est sans doute fleuri, mais ce havre de fraîcheur est plus apprécié que la décoration florale intérieure. Les jardins privés chatoient de fleurs et d'arbustes. Dans le pays de Goya et de Vélasquez la couleur est partout, on n'a point besoin de fleurs pour égayer le décor. Beaucoup d'Espagnols, dans la mesure où ils seraient attirés par les fleurs, ne possèdent pas les ressources financières pour réaliser ce qui reste un caprice ou une expression du savoir-vivre. Les classes populaires trop pauvres ne sont pas, pour longtemps encore, en mesure d'offrir un débouché à des cultures florales importantes. Ainsi comprend-on la stagnation de la production florale espagnole jusque vers 1960. Alors, phénomène très souvent analysé à propos de l'évolution économique d'un monde méditerranéen incapable d'évoluer de lui-même, des étrangers ont investi de grandes masses de capitaux. La gageure espagnole consiste donc à cultiver en plein air les œillets Sim ou les roses Baccara, partout ailleurs élevés sous serre.

La plaine côtière catalane, la plus proche des pays consommateurs fut la première touchée par cet essor. Il s'agissait de produire des œillets et des roses pour le compte de sociétés étrangères de distribution de produits alimentaires. De Mataro à Cabrils, des établissements horticoles sont nés (voir fig. 21). La main-d'œuvre était à éduquer, les contremaîtres à former,

---

(97) • *C.N.C.E. :* Le marché de production et d'exportation des fleurs coupées en Espagne - 131 p. - 1965.
• La production florale en Espagne : F.H. 1, 1961 ; P.H.M. : 1 et 2, 1962 ; 1, 1967.
• *C.N.C.E.*, Bull. F.F. 47, 1966, repris dans F.H. 1, 1967.

les circuits de distribution à organiser. Les chefs d'entreprise ont eu de graves difficultés en 1963 quand, une fois les cultures mises en place, une vague de froid d'une exceptionnelle ampleur a réduit à néant leurs efforts. Pour faire face, des abris sont construits, tantôt rudimentaires, tantôt très perfectionnées ; beaucoup de responsables sont venus en stage dans diverses exploitations des Alpes-Maritimes pour apprendre les techniques de culture et se familiariser avec les moyens de mener à bien les plantations de roses et d'œillets en plein air. Des liens humains sont ainsi noués, qui subsistent.

Fig. 21 : La Floriculture catalane

La technique culturale des Catalans reste toutefois rudimentaire et les accidents de culture sont nombreux. Recherchant l'économie, les Espagnols poursuivent leurs tentatives de culture en plein air. Les abris, les serres demeurent exceptionnels et ne se comptent que par quelques hectares (moins de 5 pour l'ensemble du territoire espagnol). La culture de la rose Baccara a conduit à un fiasco, celle des œillets niçois a été remplacée par des hybrides italiens

mieux adaptés, les variétés américaines ne donnent pas de très belles qualités. Les Espagnols sont conscients de leurs déficiences, ils s'appliquent à les supprimer ; mais en ce domaine les progrès spectaculaires sont exceptionnels, tout est affaire de patience, la main-d'œuvre manquant encore de doigté et d'expérience.

1. Les régions floricoles

Comme il se doit dans les régions méditerranéennes, et plus encore dans un pays où la spécialisation floricole est à ses débuts, les statistiques sont on ne peut plus imprécises. Une approximation valable fournie par les responsables espagnols indique 400 hectares, mais sur cette superficie, les fleurs sont le plus souvent en rotation avec les légumes qui demeurent encore davantage cultivés. La Maresma catalane est devenue le centre floricole principal, devançant les huertas valencianes et les oasis andalouses. On admet dans cet ensemble une superficie de 300 hectares que des estimations allemandes (Institut de Hanovre) ramènent à 225. De Madrid à Aranjuez et Tolède le deuxième ensemble horticole représente, avec 50 hectares, le phénomène classique de l'horticulture périurbaine. La consommation madrilène a attiré les horticulteurs. Viennent ensuite les 40 hectares de Malaga, une superficie équivalente à Valence-Murcie, puis 10 hectares en pays basque et Galice (Centres de San Sebastian et Vigo), 15 hectares aux îles Canaries. Les œillets avec 90 % du total des fleurs dominent largement (en Italie proportion de 70 % seulement) suivis des roses (3 %), des glaïeuls (2 %), des iris, giroflées, chrysanthèmes, strelitzias. La production de région en région reproduit les mêmes caractères sauf en Galice.

Lilas et camélias, plantes molles ou à massifs, géraniums, hortensias, rosiers, orangers, cyclamens sont cultivés à La Corogne et à Vigo et poussent une pointe en pays basque à Bilbao et San Sebastian. Le climat plus humide, en raison des vents d'ouest, les températures plus douces et plus régulières en hiver (l'isotherme de janvier 8° isole une bande côtière plus chaude) peuvent expliquer, en partie seulement, cette spécialisation.

De Logroño à Tudela, sur le haut bassin de l'Ebre, les Navarrais, à l'imitation des Basques, ont de belles entreprises horticoles. Ici la floriculture est complémentaire du travail des pépinières fruitières et ornementales. La main-d'œuvre est ainsi utilisée dans la morte-saison pour produire glaïeuls, iris, giroflées, lis, arums et tulipes.

L'ensemble madrilène s'individualise non seulement en Espagne mais même en Europe : les fleuristes de la capitale ont constitué leur propre approvisionnement en développant des exploitations de banlieue. Sur le plateau de Nouvelle-Castille les conditions climatiques hivernales sont difficiles (air sec, vents froids et violents). Tantôt les serres ont un aspect néerlandais, mais elles sont rares, tantôt de simples abris protègent des rigueurs climatiques ; le plus souvent les cultures se développent en plein air. La vallée du Tage, où l'irrigation est plus commode que dans la proche banlieue madrilène, attire, de préférence autour d'Aranjuez, les horticulteurs-fleuristes. Les arbustes et les plantes vertes trouvent un débouché de plus en plus large à Madrid où le style architectural utilise pour la décoration des façades et des terrasses les feuillages et les fleurs. Le fleuriste madrilène est ainsi à l'origine de la création d'une chaîne d'approvisionnement complexe où il est à la fois fleuriste, producteur, pépiniériste, mais aussi jardinier, entretenant ou créant des paysages ornementaux dans la grande cité. Ainsi 60 % des fleuristes madrilènes sont également des producteurs, chiffres qu'aucune grande ville d'Europe ne peut offrir.

Quittant les rives du Tage pour celles plus âpres du Guadalquivir, on aborde une région nettement individualisée. Ici, l'horticulture est séculaire, la tradition maure subsiste et les Andalous connaissent l'art savant d'utiliser l'eau d'irrigation parcimonieusement distribuée par la nature. Dans un décor désertique, l'eau fait surgir les jardins sous les palmeraies. Les fleurs y tiennent leur place, encore timidement, compte tenu d'une forte population qui cherche avant tout à se nourrir sur une terre difficile. Les œillets dits "de Séville" que l'on cultive jusqu'à Cordoue sont très gros, très colorés, en rouge surtout. La population andalouse les utilise abondamment dans la décoration, lors des fêtes et ils entrent dans une large part dans la vie de relations. Ils sont toutefois peu vendus en dehors de l'Andalousie. Beaucoup de petites

exploitations polycultrices en fournissent, les paysans les vendent directement sur le marché local. Il est très aléatoire d'avancer une superficie de culture, quelques hectares seulement. Seuls trois établissements de plantes vertes ont un rayonnement national et vendent même à l'étranger de jeunes plants de sanseverias.

Franchie la Cordillère Bétique, la huerta de Malaga produit des plantes ornementales (sanseverias et ficus) et a quelques dizaines d'ares de strelitzias. L'exportation est son principal débouché. On signale l'installation récente de trois dianthiculteurs catalans à Rincon de la Victoria et Velez Malaga, pour produire des œillets dans les périodes de pénurie catalane. Calcul aléatoire car cela suppose d'abord une vague de froid en Catalogne, et dans l'intervalle les œillets de Malaga s'écoulent difficilement, ensuite un circuit de vente organisé et régulier. Or, les lignes aériennes internationales ne font pas escale à Malaga mais à Madrid qu'il faut atteindre par le train (trajet de 12 heures environ). Les 40 hectares de cultures florales restent donc surtout destinés au marché intérieur, les touristes pouvant, comme sur la Côte d'Azur, jouer les régulateurs du marché en absorbant les excédents. En 1963 s'est réuni à Malaga la "Junta Nacional" des fleurs et les discussions ont surtout porté sur la recherche d'une entente avec la compagnie aérienne Iberia pour trouver un écoulement européen aux fleurs malagaises.

Almeria et Motril, au pied de la Sierra Nevada, avec respectivement 14° et 15° de température moyenne en janvier ont attiré les horticulteurs. La spéculation foncière est une terrible concurrente et le prix de la terre a sextuplé en cinq ans. Les rares exploitations florales gagnent les zones moins favorisées et Almeria, grâce à sa voie ferrée, a un débouché plus commode sur Madrid que Motril, trop isolée. Ici la floriculture a peu d'espoir d'expansion. La situation est aussi compromise dans les huertas valencianes. Les banlieues de Murcie, Alicante et Valence produisent sous le couvert des plantations d'agrumes et d'abricotiers des chrysanthèmes, des roses et des fleurs de bulbes (glaïeuls surtout), des feuillages. Les rosiers occupent encore la moitié des 30 hectares de floriculture. Dans ces huertas surpeuplées, 700.000 habitants sur 400 kilomètres carrés soit une densité de 1.750 au kilomètre carré, le territoire agricole est morcelé comme dans un delta asiatique. Sur 792.000 parcelles, 717.000 ont une superficie inférieure à un hectare et 10 seulement dépassent 10 hectares. La spéculation foncière est frénétique, l'hectare de terrain a bondi de 8.000 à 40.000 francs en 1954 à 250.000 à 400.000 en 1965. Comme sur la Côte d'Azur, le repli des horticulteurs est obligatoire ; déjà ils recherchent les zones irrigables mais rencontrent la concurrence de tous les autres agriculteurs. Aussi les villes de Valence et Alicante importent-elles de plus en plus les œillets de Catalogne. Deux rosiéristes sont seuls capables de vendre à Madrid, et encore ne sont-ils considérés par les fleuristes madrilènes que comme fournisseurs d'appoint, lors du déficit de la production locale.

Le delta du Llobregat et la Maresma catalane constituent sur le plan national la principale région de floriculture. Produisant 90 % des fleurs espagnoles exportées, cet ensemble connaît une transformation rapide. Il est toutefois délicat de préciser l'avenir exact de la floriculture catalane, les surfaces stationnent et les coups d'arrêt, de diverses origines, se sont multipliés. Avant la Seconde Guerre Mondiale la Maresma fournissait des plantes vertes, pratiquait le grossissement des bulbes, et avait quelques cultures d'œillets. L'ensemble couvrait une dizaine d'hectares. Vers les années 1950, la dianthiculture entre dans une période faste, l'irrigation des coteaux apporte l'élément indispensable. Partis de 20 hectares en 1948 les œillets atteignent 500 en 1960, ce chiffre tenant compte des jachères. L'expansion est trompeuse car les produits horticoles s'écoulent difficilement.

La banlieue de Barcelone est maraîchère ; les produits traditionnels, surtout les petits pois, se vendant mal à l'étranger, les maraîchers tentent la fortune dans les cultures de plantes à fleurs. San Feliu de Llobregat et Molins del Rey ont bientôt 80 hectares de fleurs, et le littoral de la Maresma au nord de Barcelone, voit s'étendre les cultures de plantes à fleurs sous le couvert des arbres fruitiers, parfois même en plein champ, à l'emplacement des anciens jardins maraîchers. Un millier de cultivateurs ont aujourd'hui adopté l'œillet, mettant chacun en culture de 2.000 à 2.500 mètres carrés. Les exploitations familiales rappellent ici, par l'intense travail qui s'y développe et le mauvais équipement technique, les difficultés rencon-

trées par les Calabrais dans les collines de Vintimille. Les estimations espagnoles notifient que 7.000 personnes travaillent dans l'horticulture, mais beaucoup sont aussi utilisées dans des exploitations maraîchères.

L'eau est abondante dans la région de Barcelone et ne coûte que 100 pesetas de redevance annuelle au syndicat. La tendance des horticulteurs étant de s'installer loin des villes, le prix de l'eau n'est pas un élément déterminant du prix de revient. Les trois quarts des exploitants n'utilisent que le fumier de ferme de 2 à 6 pesetas les 10 kilogs. La main-d'œuvre est la moins onéreuse des pays horticoles. L'ouvrier touche de 10,80 à 12 francs de sa journée de 8 heures, 6,40 à 8,80 F pour les ouvrières et 4,80 F pour les apprenties employées au tri et à l'emballage. Presque toutes les entreprises ne font appel qu'au travail familial. Au-delà d'un hectare et dès qu'il y a des cultures d'œillets Sim il faut des salariés représentant une dépense, dans une exploitation, de 350.000 pesetas par an par hectare pour 9 ouvriers.

2. Insuffisance des techniques

Trop d'exploitations familiales ne pratiquent pas un travail minutieux, les éboutonnages et les pincements sont réduits sinon supprimés et s'il arrive que ce type d'exploitation fournisse les rendements les plus élevés en quantités des rivages méditerranéens ce n'est que parce que tous les boutons ont été conservés. Ce résultat quantitatif n'est pas le meilleur sur le plan de la valorisation de la production car les fleurs arrivent beaucoup plus tard à une période où elles se vendent mal et où on est parfois dans l'obligation de les jeter.

Sur les exploitations qui ont des contremaîtres il y a 30 hommes pour cultiver un hectare d'œillets et 15 ouvriers et ouvrières pour un hectare d'asparagus, c'est-à-dire une main-d'œuvre trop importante pour être susceptible de fournir un travail satisfaisant. Seules quelques exploitations ont essayé de voir grand, de prospecter systématiquement le marché étranger, d'assurer des débouchés réguliers à une production qu'elles amplifiaient. Ainsi les acheteurs suisses, allemands et néerlandais ont été tentés par une production à bon marché et de second choix car la main-d'œuvre perçoit des salaires très faibles et travaille mal. Ces quelques exploitations sont vastes, une vingtaine dépasse l'hectare de culture, une a 10 hectares, mais l'ensemble n'est pas consacré à l'horticulture. Des ententes commerciales, puis financières ont été réalisées ; les capitaux espagnols s'investissant peu dans l'horticulture, les entreprises commerciales européennes ont saisi l'occasion. Suisses, Italiens, Belges et Néerlandais sont maintenant directement intéressés à la réussite espagnole. L'exemple le plus connu est celui de *"Florispania"* à Mataro, société constituée au départ de plusieurs centaines de milliers de francs suisses fournis par le consortium alimentaire Migros. L'examen de l'évolution de cet établissement est révélateur de la situation de la floriculture catalane.

Constituée en 1962 à Mataro, Florispania doit permettre à la firme suisse Migros, qui a besoin d'un approvisionnement régulier, de vendre des fleurs en bouquets ou sous un emballage plastique. Les cultures d'œillets américains sont menées sous serre (5 hectares couverts) et la production varie autour de 60.000 fleurs par an. Les serres sont nécessaires pour protéger des variations thermiques (la température atteint parfois en janvier-février — 3 à — 5°) et d'une humidité importante en fin d'après-midi qui donne d'abondantes condensations sur les feuilles. De telles conditions ont fait abandonner la culture, un moment tentée, des *gerberas* et des *freesias*. L'*asparagus*, qui doit être encore étendu, occupe 6.000 mètres carrés en production. La serre métallique revient à la moitié du prix azuréen, mais le type même des serres est sans doute à modifier. La culture a lieu en bacs surélevés, chauffés au mazout par un coûteux système de canalisations enterrées. Les boutures d'œillets sont produites par l'établissement même qui dispose d'un laboratoire de recherches et d'analyse des sols, qui détecte la présence des virus sans toutefois réussir à éliminer dans le cycle de culture de nombreux parasites végétaux et animaux. Des achats de boutures à l'étranger restent indispensables. Sitôt mise en place la culture a dû subir deux hivers catastrophiques : celui de 1962-63 a vu l'effondrement des serres sous le poids de la neige, celui de 1963-64 a connu des coups de froid qui ont détruit les cultures pratiquées sous des serres incomplètement reconstruites.. « La neige, tombée en abondance dans la région

de Barcelone, a endommagé les cultures florales catalanes, en particulier à Vilasar de Mar, centre important de cultures d'œillets et d'asparagus. Les cultures de plein air sont restées plusieurs jours sous une épaisse couche de neige. Certaines serres se sont effondrées sous le poids de 80 centimètres de neige. C'est la première grande catastrophe subie par la floriculture espagnole. Un grand nombre d'horticulteurs sont maintenant dans l'obligation d'abandonner cette culture pour 1963-64. Les plus favorisés se réapprovisionnent en France et en Italie.

Devant de tels ravages, le principe même de la floriculture en plein air, qui avait permis l'expansion de l'horticulture florale espagnole, en lui permettant de s'imposer sur les marchés grâce à la modicité de ses prix de revient, semble devenir fort discutable. La conception des serres nouvelles sera elle-même influencée par les conséquences du cataclysme de 1962-63. » (Rapport du C.N.C.E.).

De rares excédents de production sont commercialisés en Allemagne, Belgique et Suède, la Suisse absorbant évidemment l'essentiel dans le cadre des accords d'approvisionnement de la Migros.

L'exploitation B..., à Cabrils, elle aussi de constitution récente, est l'une des plus importantes de Catalogne. Elle a en culture annuelle de 15 à 20 hectares d'œillets en plein air et dispose de l'aide de fonctionnaires d'Etat qui dans un laboratoire recherchent la production de plants sains. L'essentiel porte sur l'obtention de pieds-mères sains grâce à une serre à bouturage classique. La moitié de l'exploitation est sous abri vitré, un essai de serre en matière plastique de fabrication américaine est tenté. La culture en bacs enterrés est généralisée, contenant une moitié de sable et une moitié de tourbe espagnole, la terre est désinfectée à la vapeur pendant trois heures. Par manque de fumier la fumure de fond est constituée de sulfate de potasse (2.000 kilos par hectare), des engrais azotés ou une fumure en solution de nitrate d'ammonium. En plein air des cultures de rosiers fournissent des fleurs de qualité marchande très moyenne.

Les Baléares et les Canaries tirent de leur position insulaire un attrait touristique certain. Les rares horticulteurs ont recherché la clientèle de passage, souvent satisfaite à bon compte. Palma, Ibiza et Mahon aux Baléares ont des cultures très locales malgré de timides tentatives de dianthiculture. Beaucoup mieux situées, lieu d'escale des grands paquebots en croisière, aéroport sur la route hivernale de l'Atlantique Nord, les îles Canaries ont une horticulture plus ample et plus variée que les Baléares, d'autant plus que les compagnies aériennes apprécient les produits horticoles qui fournissent un fret de valeur. Las Palmas et Santa Cruz de Tenerife comptent une dizaine d'établissements horticoles appartenant, fait digne d'attention, à des Hollandais ou des Allemands. Santa Cruz fournit ainsi une production de 2.500 *orchidées* et 2.000 *anthuriums ;* en plein air croissent *gerberas, strelitzias* et *rosiers* Baccara. Les jeunes plants de *sanseverias* et *ficus* sont écoulés aux grands spécialistes belges et danois ; les plantes ornementales cultivées sous 8.000 mètres carrés vitrés rapportent annuellement de 12 à 15 millions de pesetas. Les œillets américains connaissent de timides débuts, les résultats d'exploitation sont encourageants et une expansion à brève échéance est envisagée (pour l'instant moins d'un hectare).

3. Le regroupement des exploitations semble nécessaire

A travers l'Espagne, la plupart des producteurs d'œillets ne se consacrent pas exclusivement à cette culture qui pourtant exigerait d'eux et de leur personnel des connaissances et une expérience particulières. Ce sont des cultivateurs qui profitent au maximum des exceptionnelles caractéristiques climatiques et hygrométriques de la zone de la Maresma de Barcelone, pour y faire alterner sur leurs terres des cultures de fleurs, d'artichauts, de pommes de terre nouvelles et d'autres espèces horticoles, en les cultivant avec des moyens élémentaires sans avoir recours à la technique moderne. Leurs exploitations à caractère familial aboutissent à une production de basse qualité moyenne avec un déchet très important.

Le producteur ignore absolument quelle sera la destination de ses œillets et il n'est pas informé de ce qu'ils sont devenus une fois qu'il les a livrés. Ceux-ci sont en effet collectés

dans les propriétés par les représentants des commerçants, des coopératives ou des exportateurs. Ceux-ci sont déjà suffisamment accaparés par les problèmes de vente et de répartition pour ne pas être en mesure d'orienter les producteurs et de leur fournir par l'importation, des boutures, des plants et des engrais, toutes choses qui demandent en outre des mises de fonds importantes.

Il devrait être possible, en quelques années, de décupler les exportations et par conséquent les rentrées de devises en procédant à un choix sévère des espèces, variétés et qualités offertes à l'étranger. D'autres régions peuvent suivre l'exemple de la Catalogne ; l'Andalousie offrira sur la Catalogne l'avantage d'une main-d'œuvre moins coûteuse en général.

Il y a donc de vastes perspectives pour l'exportation espagnole de fleurs naturelles, mais pour les exploiter il faudra résolument abandonner le système actuel des productions sporadiques et de faible rendement et les variétés non appréciées sur les marchés étrangers. Cela posera évidemment des problèmes techniques, concernant l'utilisation de l'eau, le matériel mécanique de culture, la création d'abris vitrés dans les situations exposées aux gelées, l'emploi d'engrais chimiques, la pratique des analyses de sols, l'emploi des produits phytosanitaires... Chacun de ces problèmes peut trouver sa solution, si on apporte à sa recherche la volonté nécessaire, et si les Espagnols savent tirer la leçon des expériences des floriculteurs français et italiens.

3° **Les autres producteurs méditerranéens.**

a) Malte :

Isolée au cœur de la Méditerranée mais remarquablement bien placée sur les circuits aériens, l'île de Malte est depuis 1952 un producteur original. Toutes les fleurs sont vendues au marché de Covent Garden où elles parviennent par avion. Les fleurs coupées, glaïeuls, œillets et chrysanthèmes A.Y.R., les fleurettes issues de bulbes, représentent l'essentiel. Quelques exploitations montent des serres pour la culture des rosiers, avec l'aide du plan quinquennal (1964-69) qui a alloué 3,6 millions de francs (260.000 livres sterling) à l'horticulture maraîchère et florale.

Comme dans les îles anglo-normandes, les cultures florales alternent sous serre avec les tomates, les poivrons et les oignons, principale ressource des horticulteurs. Les horticulteurs et les expéditeurs de l'île de Malte ont entrepris une grande campagne de propagande pour la diffusion des fleurs maltaises en Grande-Bretagne, seul débouché possible en raison des escales aériennes. Parmi les espèces proposées figurent surtout glaïeuls, giroflées, freesias, anémones, iris, œillets. Ces fleurs ont été les premières espèces florales cultivées. Les exportations maltaises comprennent également une petite quantité de montbretia et des arums, mais la demande pour ces espèces sur le marché étranger, britannique en particulier reste saisonnière et limitée. Le glaïeul est la fleur préférée des exportateurs de l'île. Normalement la campagne d'exportation commence en mars et se termine fin juin. En raison du temps particulièrement humide la production peut être retardée et ne commencer qu'entre la deuxième et la troisième semaine du mois d'avril. Freesias, anémones, iris et giroflées sont des espèces dont la production correspond assez bien aux conditions locales de culture ; à l'exception des iris, les surfaces plantées ont augmenté. A titre d'essai, quelques lots d'œillets ont été expédiés sur le marché britannique depuis le mois de décembre 1964 ; ils ont bénéficié d'une bonne demande et de cotations satisfaisantes.

L'exportation maltaise des fleurs a été réalisée sur une échelle commerciale dès 1952, lorsque la *Malta Flower Export Company* a expédié sur le marché britannique sa première centaine de cartons d'iris et de glaïeuls. La qualité des fleurs et celle de leur emballage ont fortement contribué au développement des expéditions maltaises qui sont passées de une tonne pendant la campagne 1952-1953 à 86 tonnes en 1956-1957 et à 157 tonnes pour la campagne 1962-63. En outre, depuis la campagne 1961-1962 Malte exporte également des boutures de fleurs.

Les fleurs maltaises sont expédiées exclusivement par avion. Le fret aérien est toutefois subordonné à la place laissée disponible par les passagers. Cela limite considérablement le

développement des exportations maltaises à l'heure actuelle. Six maisons d'exportation expédient des fleurs fraîches sur le marché britannique. Toutes ces firmes passent par un agent commercial commun de Londres. Parfois un avion spécial est affrété, transportant jusqu'à six tonnes de fleurs par voyage. Ces cultures en plein air (5 millions de bulbes de glaïeuls en plein air en 1965-66), subissent les impératifs du climat. Des fleurs plus petites, des hampes courtes sont les conséquences des méfaits du climat méditerranéen.

b) La Grèce

La Grèce est admirablement située sur les trajets aériens et l'aéroport de la capitale reçoit des avions de toutes nationalités. Quelques horticulteurs ont été tentés par des expéditions de fleurs vers l'Europe Occidentale. A partir de 1965 des envois d'œillets américains ont été effectués à partir d'exploitations de la banlieue athénienne. La faiblesse des apports et l'absence de régularité dans les quantités et les qualités ne permettent pas de compter pour l'instant la Grèce parmi les pays producteurs.

c) L'Egypte

Les Egyptiens apparaissent épisodiquement sur le marché britannique par des expéditions de roses, d'orchidées et de feuillages ornementaux. Ces envois d'importance très inégale et de valeur marchande irrégulière ne permettent pas à l'Egypte d'influencer à son avantage le marché européen comme les Africains du sud par exemple.

d) Israel

Depuis 1962 Israël est devenu un exportateur de fleurs en direction de la Suisse et de l'Allemagne, plus rarement du Royaume-Uni et de la France. Les conditions locales de culture conviennent surtout à la production de fleurs de bulbes (glaïeuls et iris) et à la culture des roses. Travaillant en plein air et rarement sous des serres les Israéliens réalisent un commerce extérieur de 300.000 dollars U.S. chaque année. C'est le résultat de la vente d'un million de glaïeuls et d'un demi-million de roses. La production estivale est à peu près aussi importante qu'en hiver et prend place sur les marchés européens dans des périodes où les cours sont intéressants. On reproche surtout à l'Etat d'Israël des expéditions sporadiques, nuisant à l'établissement de circuits commerciaux réguliers (98).

Les statistiques du commerce extérieur israélien ne sont pas très explicites. Il est difficile de connaître dans quel secteur les productions atteignent le plus rapide développement. Le ministère israélien de l'Agriculture a annoncé que la campagne de 1964-65 avait fourni quatre fois plus de produits à l'exportation que celle de l'année précédente. Les roses et les glaïeuls sont toujours les principales espèces exportées, chacune représentant environ le quart des exportations totales de produits ornementaux. Les anémones (12 % de la valeur totale exportée), les œillets (10 %), les pois de senteur (10 %) apparaissent dans les expéditions. La valeur des exportations a atteint le million de francs en 1965 et devrait décupler si les espérances des horticulteurs israéliens se réalisent d'ici 1970. La production hivernale représente un atout sérieux sur les places commerciales d'Allemagne, d'Autriche, de Suisse, de Suède et très exceptionnellement de France et d'Italie.

e) Le Maroc

Longtemps les circuits commerciaux entre la France et le Maroc, grâce au pouvoir d'achat élevé des colons étaient dirigés de l'Europe vers l'Afrique. Depuis l'indépendance, le Maroc s'efforce d'entrer dans la liste des expéditeurs de fleurs. La production florale de la banlieue de Rabat est cependant absorbée par la consommation nationale en progrès. L'extrême sud du Maroc, la plaine d'Agadir en particulier, est devenu une région de choix

(98) R.H. 1, 1965 : La culture du glaïeul en Israël.

pour la production des plantes ornementales. Des sociétés formées par des apports financiers français et allemands ont développé des exploitations pour l'obtention de plantes vertes. Le climat du sud marocain à l'exceptionnel ensoleillement, favorise la croissance rapide des jeunes plants. Aussi le Maroc est-il en passe de devenir le premier fournisseur mondial de jeunes sanseverias expédiés par avion ou bateau vers Nice ou Orly. Les plants sont ensuite mis à verdir et à croître dans des serres ou sous des ombrages.

Membre de l'*International Rose Selection* le Maroc devient aussi fournisseur de roses. La recherche de la production de fleurs de valeur lui permet de commercialiser l'essentiel de ses fleurs en France et en Suisse. Habilement, les Marocains ont pour l'instant rejeté la dianthiculture, le marché demeurant trop aléatoire.

b) les producteurs lointains

1. — Afrique Australe

L'Afrique Australe Noire est aujourd'hui le concurrent le plus sérieux de la production européenne. Son importance ne met pas encore en péril les régions traditionnelles de production, mais dans un avenir qui n'est sans doute pas très éloigné, les producteurs du Witwatersrand et de Rhodésie seront aussi capables que les Italiens du Sud de fournir, en quantités abondantes et dans des variétés diverses, des fleurs fraîches. L'entrée en production de l'Afrique Noire a correspondu à l'intensification du trafic aérien entre l'Europe et Johannesburg. Des Européens sont allés investir une partie de leurs capitaux dans l'hémisphère Sud, attirés par une main-d'œuvre abondante et très bon marché. En outre, comme en Argentine ou en Australie, le décalage saisonnier est un facteur non négligeable, mais non prépondérant, de l'essor de l'horticulture africaine. Les régions situées à proximité des aéroports internationaux ont pu envisager un développement horticole. Depuis le début de ce siècle les Britanniques ont été les seuls à mettre en culture quelques hectares en Union Sud-Africaine, aux Rhodésies et au Kenya. La relève a été assurée depuis 1961 par les producteurs de bulbes des Pays-Bas ou les fournisseurs de boutures d'œillets et de chrysanthèmes danois. Une partie du travail d'élaboration des plantes a lieu dans l'hémisphère austral. La mise au point du produit est réalisée dans les exploitations européennes. Le cas est net pour les bulbes où leur grossissement terminé, ils sont expédiés en Hollande. Malgré le transport, le produit revient toujours bon marché.

L'accession à l'indépendance politique d'une partie des Etats du Commonwealth a provoqué une légère perturbation dans les courants d'échanges. La Rhodésie par exemple est devenue importatrice de produits horticoles sud-africains. Malgré le développement de la consommation intérieure, la production reste toujours dirigée vers l'Europe, non seulement vers le Royaume-Uni, mais aussi vers l'Allemagne, la Scandinavie, la France et la Suisse. A certaines époques, les Etats-Unis sont également clients de l'horticulture sud-africaine. La civilisation britannique qui s'est implantée, avec ses modes de vie, en Afrique du Sud a fortement contribué à la formation d'un marché intérieur, principal débouché de l'horticulture. L'empreinte britannique se marque par les vastes espaces gazonnés parsemés d'arbres à feuilles caduques, les parterres fleuris de rosiers, les fleurettes plus fréquentes dans les vases que des fleurs plus classiques comme les œillets. Ces derniers sont surtout destinés à l'exportation.

Les grandes villes, Pretoria, Johannesburg, Salisbury, Nairobi, sont les principaux points de cristallisation du commerce dont les ramifications atteignent les villes de la côte, de Capetown à Durban.

Les fleurs coupées sont cultivées dans les banlieues des principales cités, profitant des possibilités offertes par le réseau de distribution d'eau. L'essentiel des cultures est localisé dans le "Johannesburg - Rand - Pretoria Complex" où se trouvent les deux tiers de la population. Les fleurs coupées de floraison estivale en Europe sont obtenues ici en hiver dans des conditions subtropicales de culture à 250 miles au nord-est et à l'est de Johannes-

burg, dans le "Lowveld" du Transvaal, de Pietersburg à Middelburg. Les fleurs profitent des trains rapides de nuit pour arriver à Johannesburg le matin où elles sont vendues sur le principal marché d'Afrique du Sud. En plus petites quantités, les villes de Capetown, Durban, Port Elizabeth et East London reçoivent des fleurs de leurs banlieues. Les plantes en pots et les pépinières ornementales sont également dispersées dans les exploitations de banlieue.

Dans le complexe Johannesburg-Pretoria dix-huit producteurs sont recensés mais cinq cent quatre-vingt-un "pépiniéristes" vendent plantes en pots, rosiers et arbustes ainsi que quelques fleurs coupées. Tous les horticulteurs sont propriétaires de leurs exploitations, moins de 5 % en effet sont locataires sur l'ensemble de l'Union. La dernière étude statistique du Département de l'Agriculture indique une superficie de 2.612 *morgen* (2 acres et demie) de plantes à fleurs dont 2.190 sont consacrés aux fleurs coupées et 422 à la bulbiculture. La valeur totale de tous les produits ornementaux de l'Union atteint 5,5 millions de Rands. La valeur de la production des fleurs coupées atteint 1,8 million de Rands (1 Rand = 6,9 F). Celle des plantes ornementales 1,25 million de Rands. Le montant des exportations des fleurs coupées est de l'ordre de 1.250.000 Rands (œillets, chrysanthèmes, bulbes).

La campagne d'exportation a lieu de novembre à avril, en été austral, au moment de la surproduction du Rand. De novembre 1964 à mai 1965, un poids total de 1.517.771 livres de fleurs coupées a été expédié vers l'Allemagne Fédérale, l'Italie, la Scandinavie, le Royaume-Uni, la Suisse, les Pays-Bas, l'Australie, les Etats-Unis.

Le ministère de l'Agriculture n'aide les horticulteurs que depuis 1962, date à laquelle les Africains ont commencé à expédier une partie de leurs fleurs vers l'Europe et les Etats-Unis. Le ministère aide tous les horticulteurs sans distinction de nationalité. On comprend l'engouement des Hollandais et des Danois pour ces régions. Le dynamisme de l'horticulture africaine risque de menacer bientôt des situations privilégiées occupées en Europe par les régions méditerranéennes au calendrier de production identique.

Danois et Néerlandais ont favorisé la divulgation des techniques européennes. Les œillets ont vite constitué l'essentiel des exportations. Occupant 16 hectares en 1962, 44 hectares en 1965, les œillets américains ont remplacé les variétés niçoises du type *Anita* cultivées depuis 1946. La principale firme danoise de production de boutures d'œillets a créé une filiale récoltant sur 2 millions de pieds mères. Les boutures racinées au Danemark parviennent à Johannesburg par avion-charter à raison de plusieurs tonnes à chaque voyage. Elles contribuent à alimenter le marché local et également le marché européen. Un autre établissement celui de A. Van N... cultive à la fois les œillets pour la bouture et la fleur. Les deux frères T..., riches de 400 hectares de terres consacrées partiellement aux cultures florales et ornementales sont installés à Wilgespruit. Selon la saison, de 200 à 300 ouvriers travaillent sur l'exploitation. Cependant on estime que cinq à six bantous réalisent le travail d'un seul ouvrier européen. De la sorte bien faible est l'avantage représenté par les salaires modiques donnés aux ouvriers de couleur (dépense de 150 francs par mois pour un homme nourri et logé). Les chefs d'entreprises horticoles ne peuvent profiter que des inversions de périodes de floraison.

Partis de l'aéroport J. Smuts à Johannesburg, les œillets sont à Londres ou Francfort en moins de 24 heures. Les œillets sont facturés au départ de 1 franc à 1,5 F la dizaine, ce qui les met en Europe, en tenant compte du prix des transports et des prélèvements des intermédiaires, à un peu moins de 3 francs la dizaine. Ce chiffre réalisé au cœur de l'hiver européen, moment de grande production estivale en Afrique du Sud, symbolise la menace qui pèse sur les producteurs méditerranéens : un prix moyen de 15 francs la botte de 50 est un prix très courant en Europe : *il n'y a pas de différence de prix pour des fleurs produites à* 8.000 *kilomètres de distance et vendues sur le même marché.*

La floriculture de serre se développe dans le souci d'améliorer la qualité car un des principaux reproches adressés aux producteurs africains est la qualité moyenne de leurs fleurs. Ce sont en effet des fleurs d'été moins belles que celles dont la floraison se produit en période fraîche. Le climat ne présente sur le haut plateau de Johannesburg qu'une menace grave, celle de la grêle. Des orages brefs mais violents éclatent chaque année, provoquant des chutes de

grêlons de très gros diamètre capables de pulvériser les couvertures de verre des serres. Protégées par des treillis métalliques tendus au-dessus du faîte des chapelles, les serres peuvent toutes être en verre martelé, les films en matière plastique ayant rapidement été abandonnés car des expériences ont prouvé que sous ces altitudes le rayonnement était plus grand à l'abri du plastique. En outre les plantes ne pouvaient pas profiter des légères brises qui brassent si utilement l'air les jours de fraîcheur. Le cooling-system est ici indispensable pour maintenir une hygrométrie convenable sous abri.

La fleur principale cultivée en Afrique du Sud est le *protéa* dont plusieurs centaines de cultivars existent. Les *protéas* sont peu commercialisés en Europe à cause de leur poids excessif. Une entreprise polycultrice de Capetown met cependant au point une culture en vue de l'exportation de ces fleurs vers l'Europe et vers les Etats-Unis où des expositions organisées avec le concours des fleuristes new yorkais ont développé les possibilités de vente en ce domaine. Protéas et glaïeuls viennent en appoint de la culture des œillets. La société H.D. de Johannesburg, importante filiale d'une firme hollandaise, fonctionne avec un encadrement de Néerlandais spécialistes de la bulbiculture. Jacinthes, tulipes et surtout amaryllis, dont beaucoup de variétés se développent à l'état spontané en Afrique du Sud, sont mis à grossir. Les Etats-Unis et les Pays-Bas sont les principaux clients de cette firme. Une autre entreprise hollandaise s'est lancée dans la *culture des rosiers* pour la fleur coupée, à l'aide des variétés appréciées sur le marché européen et de quelques roses africaines. La firme a ensuite ajouté la production des orchidées, en particulier l'*ornithogalum tyrsoïdes*. Près de Pretoria, les établissements B... ont choisi la culture des plantes vertes et des fleurs coupées (roses). La majorité des roseraies africaines est installée en plein air, appréciable avantage économique.

Les *chrysanthèmes A.Y.R.* sont très prisés, et ne sont pas victimes du préjugé des Européens. D'ailleurs le chrysanthème à grosses fleurs fleurit ici, avec le décalage des saisons au mois de mai et ne peut donc servir à orner les tombeaux pour la Fête des Morts. L'*asparagus* ne connaît que de timides débuts, de vastes possibilités de développement existent pourtant, en tenant compte de la présence d'une main-d'œuvre importante capable de dérouler les palmes à peu de frais.

Le *Mimosa* en Afrique Australe est dans son aire d'élection. Toutes les espèces s'y trouvent à l'état spontané, et la propagation des arbres le fait apprécier pour son bois autant que pour son feuillage ou ses rameaux fleuris. Matière première, son écorce est employée pour le tannage des cuirs par les artisans noirs ; l'industrie s'intéresse à la pulpe pour la pâte à papier. Lorsque les Africains voudront développer les expéditions de *mimosa* vers l'Europe, ils pourront profiter de la technique du transport du mimosa préemballé, et les producteurs azuréens seront proches de la ruine. Les consommateurs de mimosa, Allemands et Scandinaves sont ceux-là mêmes qui ont déjà noué des liens commerciaux avec les horticulteurs africains. Enfin, *strelitzias, gerberas, géraniums* sont dans leur domaine écologique et croissent en plein air.

Une partie de la production est livrée directement aux fleuristes de Pretoria et Johannesburg, l'autre est acheminée jusqu'au Cap où la vente aux navires de passage est importante. Enfin, certaines productions prennent le chemin de l'Europe. Les principales cités ont un marché aux fleurs. A Johannesburg les horticulteurs du Rand ont constitué une criée coopérative "Multiflora Pty-Ltd" qui prélève 10 % sur le montant des ventes. Cette coopérative supporte la vive concurrence des œillets, glaïeuls, roses, du Lowveld et des fleurs expédiées par des producteurs suburbains (Bloemfontein et Kimberley). Dans les quatre autres villes, Capetown, Durban, Port Elizabeth, East London, les fleuristes sont approvisionnés par la production locale.

Le commerce d'exportation s'organise ; i s'appuie sur une production dont une part sans cesse croissante est offerte au débouché extérieur. L'Europe sans doute, mais aussi les Etats-Unis et l'Australie attirent les fleurs africaines. La valeur des exportations sud-africaines se développe rapidement, en particulier celles des fleurs coupées qui ont doublé en l'espace de trois ans passant de 66.830 rands (461.127 francs environ) en 1960 à 75.962 rands en 1961 (524.137 francs) pour atteindre 137.079 rands en 1962 (945.845 frs environ). La République Sud-Africaine expédie des fleurs principalement sur le Royaume-Uni (en 1962 53,7 % de ses

exportations). Ses livraisons aux autres pays européens représentaient environ 18 % de la valeur de ses exportations en 1962. Elles sont en augmentation depuis trois ans principalement en ce qui concerne les envois à la République Fédérale d'Allemagne, l'Italie, la Suède et le Danemark. Des exportateurs de Johannesburg achètent directement les fleurs aux producteurs.

La Rhodésie et le Kenya à leur tour envisagent une offensive sur l'Europe. Les producteurs rhodésiens ont organisé une exposition à Londres et ils espèrent pouvoir développer « leur potentiel de production, pratiquement illimité, dans la mesure où ils sont approvisionnés en bulbes par les bulbiculteurs sud-africains et néerlandais ».

Rhodésiens et Sud-Africains bénéficient des tarifs préférentiels sur les avions (fret de retour). De Rhodésie les roses, du Kenya des œillets SIM, parviennent occasionnellement à Covent Garden.

L'Afrique Noire, dont la production est l'œuvre d'horticulteurs entreprenants appuyés sur des possibilités techniques puissantes, devient progressivement un fournisseur digne d'attention. L'Europe Méditerranéenne a rencontré là, grâce à l'avion, son concurrent le plus dangereux.

2. — Amérique Latine

L'Argentine se joint depuis peu à l'Afrique du Sud pour fournir des œillets à l'Europe au cours des mois d'hiver. Les envois argentins réalisés jusqu'à présent provenaient d'une seule exploitation ; il s'agit des serres des Etablissements G... situés dans la banlieue de la station balnéaire de Mar Del Plata. Toute la production est destinée à l'Europe de l'Ouest. On n'a jamais vu de tels œillets en Europe car leur diamètre moyen est de 7,5 à 10 centimètres.

Les horticulteurs argentins pensent profiter de l'inversion des saisons entre les hémisphères, le système ayant été inauguré par l'Afrique du Sud qui, pendant plusieurs années a envoyé des fleurs vers l'Europe pendant l'hiver européen. La culture s'avère rentable car le coût du transport par air est absorbé par la différence du coût de production des fleurs en été en Afrique du Sud et Amérique du Sud et du coût de production en Europe pendant l'hiver.

Le 19 novembre 1965, 100 kilos d'œillets sont ainsi arrivés à Hambourg, c'était le premier envoi. La plupart des œillets argentins sont transportés par la Lufthansa, décidée à encourager cette expérience. D'ores et déjà d'autres compagnies aériennes s'intéressent au trafic et se seraient mises d'accord sur un tarif unique de 3,50 F le kilo de fleurs, de Buenos-Aires à n'importe quelle grande ville de l'Europe Occidentale.

L'entreprise G... imite l'Afrique du Sud, mais a utilisé des innovations. Devant déplacer les 30 verrières de ses serres vers de nouveaux sols chaque année, le chef d'entreprise les a toutes fait monter sur rails. On évite ainsi l'opération coûteuse du démontage et remontage. Les boutures sont importées d'Europe ; elles arrivent par air de Suède. Chaque bouture produit environ 14 œillets exportables. A la fin de la saison, les plants sont détruits et de nouvelles boutures sont importées de Suède. Les plants pourraient donner une deuxière récolte mais la direction pense que la qualité des boutons serait inférieure. Les fleurs sont coupées avant l'aurore quand elles sont dans un état "dormant". Sans délai, elles sont emportées à la station d'emballage réfrigérée ; là elles sont placées dans des containers isolants en mousse plastique conditionnés à l'avance avec un taux d'humidité déterminé. Chaque container contient 400 œillets.

Plusieurs exploitations de la banlieue de Buenos Aires sont ainsi décidées à conquérir le débouché européen. La Colombie, à son tour, a envoyé des fleurs en Europe, malgré des expéditions régulières vers les Etats-Unis et le Canada. Le Brésil, riche d'une flore extraordinaire, adresse surtout des orchidées.

Le Continent Sud-Américain reste somme toute moins important dans l'approvisionne-

ment en fleurs de l'Europe que l'Afrique du Sud, bien engagée dans les circuits commerciaux du Vieux Continent.

3. — Extrême Orient et Pacifique

L'Asie du Sud-Est et l'Australie entrent occasionnellement dans le réseau d'approvisionnement de l'Europe. L'Australie a une production de type périurbain tandis que l'Asie n'a pas encore constitué un ensemble de production cohérent et la floriculture reste une cueillette.

En Australie les cultures sont d'autant plus développées que le niveau de vie des citadins fournit un débouché intéressant. Les producteurs interviennent difficilement sur le marché européen en raison de l'énorme distance séparant les aéroports australiens des consommateurs européens ou américains. Il semble d'ailleurs que les Etats-Unis attirent davantage les fleurs australiennes que les pays de l'Europe Occidentale. C'est ainsi que les producteurs d'orchidées australiens se sont groupés en une association destinée à établir des relations commerciales avec les importateurs américains. La moitié des exportations totales australiennes d'orchidées (soit 60.000 livres australiennes) est destinée au marché nord-américain. Bien entendu toutes les expéditions sont effectuées par avion. La principale région productrice d'orchidées est la côte de la Nouvelle-Galles du Sud, de Newcastle à Wollongong, en passant par la banlieue de Sydney. Parvenues en Europe, les fleurs australiennes sont très chères. En plus de la valeur unitaire de la fleur et du prix du transport, s'ajoute un emballage très complexe et délicat destiné à protéger les fleurs contre les variations de température au cours du voyage. Les producteurs australiens ont tenté de commercialiser d'autres fleurs. Des fleurs de nénuphars, obtenues dans la banlieue de Melbourne ont été vendues à Londres ; elles n'ont pas trouvé un accueil bien favorable en raison de leur prix et du peu d'habitude de la clientèle européenne à voir ces fleurs venues de l'hémisphère austral. Les expéditeurs australiens ne se sont pas pour autant découragés et ont mieux réussi dans une série de livraisons en Afrique du Sud à Johannesburg et Capetown.

Plus favorisés sont les producteurs malais. Le réseau aérien en direction de l'Europe est plus dense et par ailleurs la distance est moins grande à franchir. Les orchidées, dans leurs différentes variétés, restent les seules fleurs vendues sur le marché européen en quantité notable. Les lignes aériennes britanniques et américaines, mais aussi Air France, chargent à Singapour et à Bangkok les orchidées. Les aéroports de Bangkok et Phnom Penh sont mieux situés que ceux de Singapour et Djakarta. Les fleurs de ces régions équatoriales ou tropicales humides sont commercialisées dans la vallée du Rhin, à Paris et à Londres. De très belle qualité marchande, les fleurs sont livrées en une vingtaine d'heures, de la sorte les expéditeurs d'Asie extrême-orientale ne sont pas plus défavorisés dans leurs livraisons que les producteurs des régions méditerranéennes. La concurrence réelle qui limite les expéditions d'Australie et de Malaisie, comme de toutes les régions circumpacifiques en général, provient des cultures sous serre dans les diverses banlieues de l'Europe du Nord-Ouest. Quelques serres spécialisées dans la culture des orchidées dans la région parisienne suffisent à satisfaire la demande de la capitale française. Les fournisseurs lointains ne peuvent donc espérer, pour l'instant, qu'un débouché limité ou réservé à quelques espèces non produites en Europe.

4. — Etats-Unis

Les Etats-Unis sont, avec l'Europe Occidentale, la région du monde où le commerce des fleurs est le plus important. A la fin du XIX^{e} siècle, les Américains ont constitué un patrimoine horticole par des importations massives en provenance d'Europe et par la mise en culture de quelques espèces locales. Les pépinières ornementales sont le résultat des expéditions réalisées par les producteurs de la vallée de la Loire et du Maine-et-Loire en particulier ; beaucoup de conifères ornementaux proviennent de l'Oldenbourg et du Holstein. Les Pays-Bas ont également contribué à la formation de la production nord-américaine. Les fleurs coupées sont aussi le résultat d'achats de boutures et de plants en Europe. L'œillet crevard méditerranéen a conquis l'Amérique avant l'Afrique du Sud. Le climat tropical humide ou sec

a permis en contrepartie aux Américains de fournir à l'Europe des plantes grasses et des cactées ainsi que quelques plantes ornementales. Cela n'empêche pas les Belges et les Néerlandais d'adresser régulièrement des expéditions de plantes en pots outre-Atlantique.

Avec le dynamisme qui les caractérise dans tous les domaines de la vie économique, les Américains ont tôt fait de dépasser les Européens en horticulture. Ils ont mis au point de nouvelles méthodes de culture, amélioré ou sélectionné les espèces végétales venues d'Europe. Dès le début de ce siècle les horticulteurs des Etats bordiers de l'Atlantique utilisent les banquettes de cultures surélevées, la désinfection à la vapeur, toutes techniques qui mettront longtemps à pénétrer en Europe. Dès ce moment des hybrideurs célèbres créent de nouvelles variétés de plantes à fleurs.

Le marché américain est aussi différent de celui de l'Europe. Les conditions du commerce, les besoins de la clientèle ne sont pas les mêmes que sur le vieux continent. Les très vastes cités, les espaces verts fréquents dans les agglomérations, les possibilités d'évasion à la campagne, la résidence suburbaine, sont autant d'éléments favorables à la multiplication des pépinières ornementales beaucoup plus qu'à l'approvisionnement des villes en fleurs coupées. Aussi le commerce de détail porte-t-il beaucoup plus sur des plantes en pots, vertes ou fleuries, et des arrangements floraux que sur des ventes de fleurs coupées. Cette transformation des conditions de marché par rapport à l'Europe explique de nettes différences. La Fédération possède des Etats comme la Californie, le Texas, la Floride, comparables par leur position géographique aux régions de production floricole de la Méditerranée ou de l'Afrique du Nord. Le réseau de transports aériens très dense, les routes fédérales rapides, modifient les conditions du commerce et de l'approvisionnement des grandes villes. La nébuleuse urbaine de la Megalopolis et l'essor des villes de l'Amérique du Nord-Est, de la Pennsylvanie au Michigan, attirent de plus en plus les producteurs de plantes en pots et les horticulteurs spécialisés dans l'obtention des fleurs coupées. Les Etats de New York, New Jersey et Connecticut possèdent de très vastes entreprises capitalistes productrices de plantes ornementales. Ici, l'intégration est plus grande qu'en Europe, entre les différentes branches de l'horticulture. Si les floriculteurs sont rarement maraîchers, ils n'aiment pas trop par contre la spécialisation. La clientèle ne s'intéresse pas comme en Europe à deux fleurs seulement, les roses et les œillets. La production est de ce fait plus diversifiée, et des fleurs comme les chrysanthèmes, les asters, et toutes les variétés de fleurettes trouvent un large débouché.

La recherche scientifique, privée et officielle s'efforce d'améliorer les conditions de production, mais aussi de résoudre les délicats problèmes de la commercialisation. Elle fournit des synthèses plus utiles qu'en Europe où les recherches sont trop dispersées et où aucun organisme ne centralise les résultats obtenus. Cela n'empêche pas la situation du commerce d'être anarchique et d'attirer les critiques de la part des autres professionnels.

L'Etat de New York est le second producteur américain après la Californie (99). On dénombre 1.011 producteurs lors d'une enquête en 1959. La valeur de la production se répartit ainsi : fleurs coupées et feuillages ornementaux 54 %, plantes en pots 36 %, plants de pépinières et graines 10 %. Roses et œillets ne représentent pas la moitié des fleurs coupées ; qu'on en juge : roses 29 %, œillets 16 % (total des deux principales fleurs 45 %), chrysanthèmes pompons 12 %, autres variétés de chrysanthèmes 11 % ; orchidées 10 %, glaïeuls 3 %, autres fleurs 19 %. Il est évident que la forte proportion des orchidées souligne un pouvoir d'achat particulièrement fort, et le rôle très important de ces fleurs dans la décoration aux Etats-Unis.

---

(99) F.H. 9, 1958 et 10, 1959 : *La floriculture dans l'Est des Etats-Unis.*
R.H. 1959 (18) : *Jardins et cultures aux Etats-Unis.*
Côte d'Azur Agricole 9, 1958 : *L'horticulture florale aux Etats-Unis.*
R.H. 1961 : *La culture de l'œillet américain en Californie.*
C.R. Journées florales 1960. D.S.A. Alpes-Maritimes. Bossard : *La culture de l'œillet aux Etats-Unis.*
R.H. 11, 1958 : *Le gloxinia aux Etats-Unis.*
R.H. 6, 1966. Bossard : Chrysanthèmes en pots aux Etats-Unis.

On comprend que les Australiens adressent plus volontiers leurs orchidées aux Etats-Unis qu'en Europe. La surprise est aussi grande lorsque l'on s'aperçoit que les plantes en pots les plus communément utilisées en Europe n'ont qu'un faible pourcentage de vente aux Etats-Unis. Les azalées ne réalisent que 15 % du total, mais les géraniums 23 %, les poinsettias 9 %, les chrysanthèmes 8 %, les bégonias 3 %.

En une dizaine d'années (1949-59) des changements importants sont intervenus dans le commerce et par conséquent dans la production des fleurs. Les asters ont gagné 168 %, les peonies 128 %, les chrysanthèmes 68 %, mais les lilas ont perdu 86 %, les roses 7 %. Les violettes en pots ont gagné dans le même temps 208 %, les azalées 109 %, les rosiers en pots ont baissé de 67 %. Les conclusions des enquêtes américaines insistent sur le fait que ces résultats enregistrés pour la principale ville du monde représentent bien la tendance du marché américain en général.

En 1959, le recensement américain de l'Agriculture relève 17.999 établissements horticoles. Dix états groupent environ 60 % de la production totale de la Fédération. Ce sont dans l'ordre décroissant la Californie (1.788 exploitations), la Pennsylvanie, l'Ohio, le New York, la Floride, le Michigan, le New Jersey, l'Illinois, le Massachussets, le Texas (612 exploitations). La comparaison avec l'Europe s'impose : deux ensembles de régions s'individualisent aux Etats-Unis, comme en Europe. Des productions suburbaines, Megalopolis et pourtour des Grands Lacs, et des régions fortement ensoleillées (les trois Etats de Californie, Floride et Texas). On dénombre aux Etats-Unis, 11.772 producteurs de fleurs coupées, 6.757 pépiniéristes, 861 producteurs de bulbes et 85 de semences de fleurs (chiffres de 1960). Le mode d'appropriation du sol et le système de production qui lui est lié sont intéressants dans leur répartition :

Propriétaires directs	9.871
Locataires	2.159
Coopératives	326

La commercialisation s'effectue surtout par le biais des coopératives. Les circuits de distribution sont aux Etats-Unis déplorables. Des réclamations fréquentes s'élèvent contre la lenteur des transports, contre les détériorations de la marchandise. Les grossistes des régions de production acheminent par divers moyens de transport les fleurs vers les revendeurs traditionnels des grandes villes, les fleuristes. Il n'est donc pas étonnant de constater que les horticulteurs, peu satisfaits des services rendus par les intermédiaires, aient cherché d'autres systèmes de commercialisation. Cela est d'autant plus possible outre-Atlantique que deux habitudes existent dans la clientèle : celle des achats fréquents dans des magasins du commerce intégré succursaliste, celle des achats en automobile. Dans les grands magasins un rayon a été aménagé pour la vente de fleurs pré-emballées ; le long des routes et des autoroutes ont été mis au point des *Garden Centers* où la clientèle a pris l'habitude d'effectuer ses achats de produits ornementaux, parfois sans sortir de son véhicule.

L'organisation capitaliste de la production, regroupant en grandes entreprises un territoire floricole relativement peu étendu pour l'ensemble des Etats, ou l'organisation des coopératives de producteurs, comme le Colorado en donne le plus bel exemple, ont facilité cette propension à la vente aux grands magasins. Les grosses exploitations et les coopératives regroupant de petits horticulteurs sont seules capables, du fait de l'abondance de la production qu'elles offrent au commerce, de passer des contrats avec les grandes centrales d'achats. De la sorte les circuits commerciaux aux Etats-Unis deviennent sans cesse plus différents de ceux de l'Europe, et l'on peut dire, une fois encore, que les Américains montrent la voie en ce domaine particulier de l'horticulture aux Européens.

Une puissante infrastructure technique vient aider les producteurs de toutes catégories dans leur travail et leur commercialisation. Le perfectionnement est tel qu'à certaines périodes les coopératives, pour éviter l'effondrement des cours consécutifs à la formation des excédents, n'hésitent pas à faire franchir l'Atlantique à des feuillages ou à des œillets pour assainir le marché américain. Ainsi les marchés britanniques et plus rarement français et allemands

sont atteints par des plantes ou des fleurs produites aux Etats-Unis. L'avion permet seul d'organiser ces livraisons ; et l'avenir dira si les horticulteurs américains sont capables de réaliser un courant continu d'exportation vers l'Europe.

5. — Europe Orientale

Les pays de l'Europe Socialiste et l'Union Soviétique s'ouvrent très lentement au commerce floral international. Pendant longtemps, les pays de l'Europe danubienne ont été d'excellents clients pour les producteurs méditerranéens. La seconde guerre mondiale a interrompu les courants commerciaux qui, depuis lors, n'ont pas repris. L'édification du socialisme dans des pays dévastés par la guerre ne s'est pas traduite par l'installation immédiate de cultures ornementales qui restaient l'apanage des régions de l'Europe Occidentale. En une vingtaine d'anneés, la situation a notablement évolué. Les républiques démocratiques ont mis en place des instituts de recherche agronomique qui, en Bulgarie, Roumanie, Yougoslavie et Pologne, ont fait une place à la recherche ornementale. Les Bulgares surtout sont intéressés par la reprise de leurs cultures de rosiers pour la parfumerie (100).

D'autre part, les techniques mises au point à l'Ouest, en particulier aux Pays-Bas, ont atteint l'Est européen et des serres ont été construites avec la collaboration des Néerlandais. Les produits de la floriculture aussi commencent à circuler. Tandis que l'essentiel des consommations intérieures est assuré par les exploitations des banlieues, de régime collectivisé ou individuel, où les entreprises de pépinières tiennent le rôle essentiel, les états sont désireux de faire participer leurs horticultures aux courants du commerce international. Pour l'instant une faible part de la production franchit les frontières en direction des places de commerce de l'Europe du Nord-Ouest. Il est difficile de dire si ces courants doivent s'amplifier à l'avenir. En effet, les prix intérieurs sont fixés par les Etats, de sorte que les producteurs ne peuvent se permettre de calculer leurs productions et leurs prix en fonction des marchés étrangers basés sur d'autres principes de commercialisation et de profit et où les variations des prix sont très rapides.

Les cultures de serres restent à des prix somme toute encore élevés, si bien que la vente en dehors du bloc socialiste est délicate. Néanmoins des œillets yougoslaves et roumains, des roses bulgares, des fleurs de bulbes polonaises et roumaines parviennent de temps à autre en Europe Occidentale. Des fleurs coupées est-allemandes, produites dans la riche Saxe atteignent Berlin, et il n'est pas jusqu'au mimosa yougoslave qui ne fasse de timides apparitions. Inversement les Européens de l'Ouest n'ont pas oublié les excellents clients de l'avant-guerre. Italiens et Néerlandais cherchent à renouer les contacts commerciaux. Les Italiens ont moins de facilités que les Néerlandais en ce domaine, parce que les bulbes font surtout défaut à l'Est. De la sorte, des exportations croissantes de bulbes et de fleurs coupées ont lieu à destination de la Pologne, de la Roumanie et de l'Union Soviétique, bien que les cultures de glaïeuls soient importantes dans la région moscovite. Les Néerlandais font un énorme effort de propagande commerciale. Dans les deux sens des courants sont donc établis, pour l'instant de très faible ampleur.

La Bulgarie est toutefois le pays le plus avide d'expansion floricole, par nécessité et par habitude. L'Institut Commercial Horticole Bulgare (Bulgartvet), créé en 1964, a fait mettre en culture 65 hectares, ce qui a porté les surfaces à 110 hectares pour l'ensemble national. Trente hectares de serres modernes seront construits jusqu'en 1970. Les prix de production des œillets

---

(100) Bull. F.F. 1966 : Cultures de fleurs en Bulgarie, d'après *Der Deutsch Gärtenbäu*, 7, 1966.
F.H., nov. 1966 : Même titre.
Le Bull. F.F. a publié de 1965 à 1967 quelques indications sur les cultures en Europe Orientale.
P.H.M. 1, 1965 : L'horticulture hongroise.
R.H. 9, 1960 : La culture des glaïeuls en U.R.S.S.
R.H. 11, 1964 : Sélection et culture des lis en U.R.S.S.
F.H. 10, 1966 : L'horticulture en Roumanie.

sous serre sont assez bas car ils profitent du chauffage naturel des sources d'eau chaude de Welingrad. Avec les bulbes importés des Pays-Bas un établissement à Pazardzik produit les glaïeuls expédiés vers le marché intérieur et en Union Soviétique et parfois en Allemagne Fédérale. La réelle richesse de la Bulgarie demeure les roses. Traditionnelle exportatrice d'essence et d'eau de rose, la Vallée des Roses près de Plovdiv a développé son influence par l'installation de cultures dans la haute vallée de la Tundza entre Levskygrad à l'ouest et Kazantak à l'est ; de nouvelles distilleries de roses ont été installées. De la Stara Planina et la Sredna Gora, les roses s'étendent aujourd'hui à d'autres régions de la Bulgarie, et les rosiéristes mettent aussi en culture des rosiers pour la fleur coupée.

La Roumanie, pour les mêmes motifs, est devenue aujourd'hui partiellement exportatrice. Autour de Ploiesti, cinquante hectares de cultures sous serres constituent le principal centre de culture, d'ailleurs mis en place par des techniciens néerlandais. Arad (30 ha), Bucarest (12 ha) et Isalnita (6 ha) possèdent les principaux centres de culture, mais la grande majorité de ces surfaces doit être consacrée à des cultures maraîchères. La Roumanie toutefois est sur le point d'expédier des plantes en pots et des fleurs à l'étranger, en particulier en Autriche.

Les pays socialistes de l'Europe sont donc susceptibles de devenir d'ici quelques années, sur les marchés de l'Europe Centrale, des fournisseurs réguliers. Les prix trop rigides imposés par les Etats, la faiblesse des circuits commerciaux entre les deux parties de l'Europe, restent pour l'instant des handicaps sérieux à un développement puissant de l'horticulture socialiste.

CONCLUSION

La production horticole, telle qu'elle vient d'apparaître à la lumière des pages précédentes, semble bien devenir de plus en plus mondiale. Désormais les avantages climatiques ne jouent presque plus leur rôle. Les Néerlandais peuvent en plein cœur d'un hiver froid et brumeux recréer dans leurs serres les conditions climatiques de la Côte d'Azur ou de l'Afrique tropicale. Les fleurs des Pays-Bas sont aussi belles que celles obtenues sur les rivages méditerranéens et leur prix n'est pas plus élevé. La localisation de la culture importe moins qu'autrefois. Il ne suffit pas de disposer d'un faisceau convenable de conditions naturelles et techniques, il faut disposer d'un réseau de distribution varié et perfectionné s'appuyant sur des transports peu onéreux.

L'offre de la production agricole est dans l'ensemble très rigide. Les cycles de production sont toujours assez longs, et plus délicats à mettre en place que les cycles de production industrielle. Les délais imposés par les plantes à la commercialisation de leurs produits sont tels qu'il est fréquent que les tendances du marché, au moment où les plantes fleurissent, aient évolué de telle sorte qu'une entreprise qui s'annonçait brillante soit vouée à l'échec. Plus le temps de production est long, et c'est particulièrement le cas dans les pépinières, plus les risques courus sont grands.

Tandis que la plupart des produits agricoles doivent alterner sur les sols de façon à ménager des rotations qui permettent une reconstitution de la fertilité et une diminution des risques de maladies endogènes, la floriculture échappe pour une large part à cette menace. La culture quasi permanente des fleurs a sans doute dans certaines régions, comme à Antibes et à Ollioules, multiplié les maladies, modifié les données de la pédogénèse et obligé à des abandons de cultures. La culture sous serre, l'instauration des systèmes de cultures sur sols rapportés obligatoirement renouvelés en fin de cycle de culture, les pratiques des cultures hydroponiques, tout cela favorise la monoculture florale. Tandis que la vigne a battu en retraite devant le phylloxera, poussant à l'exode les multitudes rurales, on n'a pas encore rencontré de ruine provoquée par de tels phénomènes en floriculture. Les cas les plus anciennement relevés que l'on a cités ne se reproduisent plus aujourd'hui en raison du progrès des sciences et des techniques.

On a pu se rendre compte que la floriculture suppose des densités humaines importantes dont elle est le plus souvent la créatrice. Jamais les systèmes agricoles précédant l'installation de la culture des plantes ornementales n'a provoqué la création de très fortes densités humaines. Le développement de la floriculture est responsable des énormes densités rurales des coteaux de Ligurie où le peuplement est venu de la montagne appennine ou a appelé les *disoccupati* du Mezzogiorno. Sur la Côte d'Azur également on ne rencontre pas de système de culture antérieur capable d'expliquer la formation d'une densité élevée. Seules les régions maraîchères qui

par mutation passent à l'horticulture ornementale ont le support humain préexistant ; mais le maraîchage est une forme similaire de spéculation agricole moderne.

Parce que les produits de la floriculture rapportent beaucoup ils permettent une charge humaine de l'espace comparable à celle de l'Extrême-Orient, en certains secteurs. La seule différence provient de l'étendue spatiale du phénomène ; il est étroitement localisé sur certaines collines dans un cas et étendu sur des milliers de kilomètres carrés dans l'autre. Peu de produits agricoles, pour ne pas dire aucun, permettent sur 3.000 mètres carrés en moyenne de bien faire vivre dans un pays évolué une famille rurale.

Ainsi la réussite des régions de floriculture n'est plus la résultante de conditions techniques, elle dépend étroitement d'une situation commerciale. Que des floriculteurs très lointains aient pu mettre en échec certaines productions européennes, prouve que des éléments nouveaux entrent en ligne de compte. L'appel à des notions d'économie générale telle que l'élaboration de produits à bas prix, transportés sur de longues distances à peu de frais jusque sur les marchés européens, permet seul de résoudre quelques énigmes. L'étude de la commercialisation des fleurs est donc nécessaire pour appréhender, dans sa complexité, la Géographie de la Fleur.

DEUXIÈME PARTIE

LE COMMERCE FLORAL

Production et Commerce des produits ornementaux en Europe Occidentale

La production industrielle peut être le résultat de quelques entreprises seulement, la production florale est le fait d'un très grand nombre. Sur les grands marchés où se réalisent les transactions et les échanges entre les producteurs et les intermédiaires chargés de transmettre les fleurs et les plantes ornementales à la clientèle, se présentent chaque jour des centaines, parfois des milliers de producteurs. Cette dispersion de l'offre permet à la plupart des entreprises de se trouver dans une situation équivalente car, même sur les plus grands marchés, comme ceux de Nice ou de San Remo, *l'un quelconque des gros producteurs ne peut créer une tendance de prix à son profit*, au détriment des autres producteurs. En effet, mis à part le cas exceptionnel de quelques variétés très recherchées, monopole d'un petit nombre, les acheteurs ont diverses possibilités d'approvisionnement. Un prix à peu près semblable s'établit pour toutes les transactions d'un marché.

Le processus d'établissement des prix de la plupart des grands produits agricoles obéit à des règles particulières différentes de celles de l'industrie. Dans ce dernier cas une production considérable peut être obtenue par une seule entreprise qui décide, seule, du prix de vente de ses objets. Dans le domaine de l'agriculture « la taille des entreprises demeure toujours modeste devant le volume global des produits livrés sur le marché » (Claval) (1); certains obtenteurs ont réussi à établir un monopole sur quelques variétés très recherchées et peuvent parfois imposer leurs prix ; ce type de transactions échappe alors à la règle générale. L'établissement des prix à la production provient de conditions techniques, naturelles et humaines. Mis sur le marché, les produits sont confrontés avec la masse générale des marchandises amenées par les producteurs concurrents. Si l'offre est très dispersée, elle est en effet le résultat de centaines d'apports d'origine différente, la demande est par contre représentée par quelques dizaines ou centaines d'acheteurs (rarement plus de deux cents sur un même marché au même moment). Moins il y a de demande c'est-à-dire d'acheteurs, plus il y a possibilité d'emprise sur les prix de la part des acheteurs. Ainsi, sur quelques marchés un petit groupe d'expéditeurs peut imposer sa loi pour l'établissement des prix. La résistance de la part des producteurs est, dès lors, très difficile, dans la mesure où le renforcement de la tendance au monopole est favorisée par la conjonction des intérêts.

Dans le domaine de la floriculture, il semble que certaines lois économiques vont à l'encontre des définitions générales des lois agricoles. Ainsi l'on montre que par suite de l'atomicité de l'offre, même dans le cas d'une production massive par quelques entreprises, les prix ne sont pas réellement influencés par les grands producteurs qui ne peuvent en définitive présenter qu'une quantité trop faible de marchandise. Plus celle-ci est rare, dans le domaine des fleurs coupées, car les prix moyens s'établissent sur la qualité moyenne des espèces les plus couramment commercialisées, plus certaines variétés sont appréciées de la clientèle. Cette marchandise échappe à la loi générale de la commercialisation des produits de l'agriculture. Peut-on imaginer des variations importantes au cours de campagnes successives dans l'offre ? Il existe, pour les grands produits de l'agriculture, de bonnes et de moins bonnes années. Des catastrophes climatiques peuvent survenir qui ruinent, ou

---

(1) Claval : *Géographie générale des marchés*, ch. VII. Traits généraux des marchés agricoles « Cahiers de Géographie de Besançon », n° 10, Paris 1962.

presque, tout un ensemble de production régional. L'horticulture ornementale échappe-t-elle à ces calamités, à la grêle, au vent, aux orages dévastateurs, aux crues soudaines, aux longues périodes de sécheresse ? On est tenté de l'affirmer, pour plusieurs raisons. D'une part l'espace floricole est infiniment moins vaste que les grands domaines consacrés aux cultures de base ; les risques s'en trouvent d'autant diminués. Ensuite, les cultures florales de plein air sont installées dans des régions climatiques privilégiées. Les climats ou microclimats locaux expliquent à juste titre l'abandon des cultures traditionnelles et la vocation florale de certains secteurs. Les incidences climatiques se trouvent de ce fait moins prépondérantes. La floriculture s'est, par ailleurs, transformée, sa production est obtenue dans des *usines à fleurs*, sous serre ou tout au moins sous abri, ce qui a tendance à éliminer les aléas climatiques, en totalité ou en partie. Tandis qu'une faible diminution de la pluviométrie en été peut modifier et même compromettre gravement la récolte du maïs, qu'un gros orage peut provoquer la *verse* des blés qui ne se relèveront pas et mûriront mal, les fleurs bien protégées, bien soignées, convenablement irriguées, ne craignent pas de telles menaces. L'incertitude de l'offre frappe la plupart des grands produits agricoles, entraîne une élasticité de production plus grande pour le blé, la vigne ou les fruits, pour rechercher un exemple comparable dans sa finalité et les techniques de culture utilisées, que pour la floriculture. Longtemps les récoltes de produits ornementaux ont été menacées par les phénomènes climatiques, les parasites végétaux et animaux, aujourd'hui les progrès des techniques et des sciences empêchent les grandes variations de l'offre consécutives à ces fléaux.

De la sorte, sur la plupart des marchés européens où se concentre la production, les acheteurs sont certains de trouver une marchandise au moins équivalente à celle de l'année précédente, à époque correspondante. Personne n'appréhende les fortes variations de la production. Il n'en demeure pas moins que cette dernière, dans le cours d'une campagne, varie toutefois dans d'énormes proportions. Deux facteurs sont déterminants. Le cycle de production lui-même fournit des périodes de floraison ou de maturation des plantes et présente l'offre à des moments précis. D'autre part, les acheteurs, poussés par la clientèle qui réclame les produits ornementaux, essaient de concilier production et consommation. Tâche délicate et point commode qui détermine les variations des prix. En période de production florale, *les prix sont très sensibles à la demande ; ils varient dans des proportions plus rapides que celles des produits agricoles commercialisés par grandes masses que l'on peut stocker, contingenter, dont on peut aussi fixer un prix de campagne, ou mettre en concurrence avec des marchandises importées.*

Dans une certaine mesure s'est établie une complémentarité entre deux régions principales de production en Europe. Des échanges compensateurs s'organisent et atténuent les variations, parfois sensibles, de l'offre. Si on considère la demande comme homogène dans le temps, la production connaît, au contraire, de nettes variations. La nécessité de disperser la production dans le plus grand nombre de centres de distribution de façon à ne pas avilir les prix par la surcharge des marchés est impérieuse. Théorie facile à appliquer en apparence, mais qui rencontre dans la pratique des obstacles graves, les circuits commerciaux devant mettre immédiatement en contact des marchés de production et d'approvisionnement parfois très éloignés, et de surcroît peu habitués à échanger des fleurs. L'alternance des périodes de production entre le midi et le nord de l'Europe est-elle un facteur de stabilité dans le marché floral ? Les études des différents marchés nationaux prouvent que les incidences des productions régionales sont déterminantes.

Le commerce floral n'est pas en hiver le monopole des régions méditerranéennes, en été celui des producteurs septentrionaux. L'interpénétration dans le temps des deux systèmes de production provoque une concurrence très vive. La mobilité de la fleur, en raison des transports rapides, relativement peu onéreux, permet de faire appel, à tout moment, à un autre marché pour compenser un déficit local. On ne peut prévoir à l'avance la pondération d'un marché particulier par l'organisation d'un système de conservation comme tel

est le cas pour beaucoup de produits agricoles. La *compensation géographique* fonctionne difficilement en ce domaine. Tout au moins elle a peu joué jusqu'à présent, et s'organise très lentement, en tenant compte de régions où peut entrer en ligne de compte la complémentarité de production. Dans ce domaine, la mondialisation de la floriculture est l'annonce d'une transformation, peut-être décisive, des marchés. L'impossibilité de la conservation de ces marchandises périssables sera compensée par la facilité de créer des circuits commerciaux à partir d'autres parties du monde momentanément surproductrices, ou qui se seront organisées pour être toujours prêtes à répondre à ce genre de demande, comme le sont dès maintenant les Sud-Africains.

Les fleurs sont le seul produit de la terre capable de créer un tel système de marché, car les produits maraîchers qu'on leur compare trop souvent restent, malgré tout, des pondéreux par rapport aux fleurs. On voit mal comment, à moins d'une transformation radicale des tarifs des transports, les produits maraîchers, même les primeurs, pourraient franchir des distances de cinq, dix, douze mille kilomètres et rester compétitifs par leurs prix, une fois parvenus à destination. Pour l'instant, les fleurs sont lès seules à réaliser cette gageure. Peut-on encore assimiler les produits horticoles ornementaux aux autres productions agricoles après l'énumération de ces différences ?

Une autre donnée vient renforcer les oppositions. La plupart des produits agricoles sont parvenus, dans leur volume commercialisé, à un plafond. La consommation dans la plupart des pays de civilisation blanche est saturée. On ne consomme pas plus de farine de froment ni de vin par habitant qu'au début de ce siècle en France ; on en consomme même moins. On rattrape en qualité le déficit en quantité. Moins de pain, mais plus de biscuits, de brioches, de gâteaux ; moins de vin de consommation courante, mais plus d'appellations contrôlées. Cette évolution est le résultat de la transformation des niveaux de vie et de celle des habitudes d'achat ; elle est le plus souvent un moyen de valoriser une production qui dans sa masse brute rapporte peu. L'industrie de la biscuiterie ou celle des liqueurs fait un chiffre d'affaires infiniment supérieur à celui qui résulterait de l'utilisation des produits bruts, farine ou vin. La publicité est donc venue modifier les habitudes d'achat de la clientèle. L'industrie des jus de fruits, des sirops, des confitures augmente la valeur de fruits difficilement vendus parce qu'ils sont devenus trop communs pour une clientèle qui leur préfère (2) les fruits exotiques.

Autrement dit, la demande reste rigide à la base de la production agricole. L'industrie de la biscuiterie ne consomme pas des tonnages de farine tels qu'elle entraîne une augmentation des emblavures. L'industrie des confitures travaille le plus souvent sur les excédents de la production fruitière. Les fleurs, au contraire, n'ont pas saturé le marché. Elles sont un des rares domaines de l'agriculture où la production a, devant elle, des lendemains pleins de promesses. L'enrichissement de la clientèle, l'amélioration du niveau de vie provoquent la consommation de produits dits superflus. Dans ses achats, la ménagère consacre une part fréquente à la fleur. Tandis que plafonnent les grandes productions agricoles, incapables de trouver un débouché nouveau en dehors des marchés quasi saturés du monde blanc, les producteurs ornementaux développent sans cesse leurs surfaces cultivées.

L'élasticité de la demande restera faible ou provoquera même une rétraction prévisible dans certains secteurs agricoles ; l'horticulture ne craint pas pour l'instant la saturation du marché car, loin de là, tout concourt à l'étendre. Voilà donc l'élément moteur du commerce horticole. Il ne faut pas considérer la production comme une masse destinée à être partagée entre les clients européens, mais comme dans une dépendance étroite des réactions de la clientèle. Celle-ci ne demande qu'à amplifier ses achats, rares étant les personnes résolument opposées à ce genre de consommation. Le seul frein provient du niveau de vie, de la masse

---

(2) George P. : Géographie de la consommation. P.U.F., 1963.

monétaire dont disposent les acheteurs. Dans une grande proportion, le revenu disponible s'accroît. Les marchés nationaux se sont donc organisés pour répondre aux désirs de la clientèle.

Ainsi, les réactions de la clientèle devant les résultats de la production permettent de rechercher les modalités du commerce floral. La distribution,par des systèmes très complexes, parvient à mettre en contact les acheteurs avec les fleurs. Encore une fois, à la différence des autres marchés qui s'organisent en fonction de politiques nationales, les marchés des fleurs ont tendance à former un vaste ensemble européen.

L'éclatement de la production se fait à l'heure actuelle dans la seule dépendance des prix pratiqués sur les quelque dix marchés de production européens. Une bataille de prix s'y livre, avec ses luttes, ses affrontements, ses victoires, ses régressions. Les hommes, plus que la qualité des marchandises, tiennent l'issue de la bataille. Aprement ils essaient de conserver leurs avantages financiers en contenant les adversaires. Besogne délicate mais profitable, qui est à l'origine des courants commerciaux de chacun des produits ornementaux. Les marchés nationaux réagissent suivant leur approvisionnement : les uns repoussent les assauts des concurrents parce qu'ils sont bien pourvus en produits et bien défendus par d'ardents commerçants ; d'autres se laissent mollement envahir, d'autres sont déjà conquis par les plus combatifs des pays producteurs. Les balances du commerce penchent donc de divers côtés selon les pays ; ce sera l'un des éléments les plus originaux de cette étude que de montrer comment expansion et récession caractérisent les nations de l'Europe occidentale dans le domaine de la floriculture.

I. L'ÉVOLUTION DE LA DEMANDE

1. L'éducation de la clientèle

1. Les expositions

Le développement des tentations d'achat de fleurs dans le public se fait souvent par l'intermédiaire d'une exposition horticole. Plus les expositions florales sont nombreuses dans une région, plus le commerce floral local a tendance à se développer. L'exposition idéale est évidemment la mise en contact permanente du public avec des fleurs par l'intermédiaire du parc ou du jardin public, privé, ou payant. La plupart des responsables municipaux des grandes villes et même des cités de moyenne importance s'efforcent de donner à leurs concitoyens des espaces verts piquetés d'arbres et de massifs de fleurs.

Le parc de Bagatelle, celui de la Tête d'Or à Lyon, Hyde Park à Londres, les jardins genevois étirés le long de la rive du Léman, le parc de Bruxelles, le Vondel Park d'Amsterdam sont les réalisations décoratives les plus connues. Dans l'hémisphère sud le parc botanique de Kirstenbosh dans la banlieue de Capetown est la digne réplique de ces parcs urbains. Le plus célèbre d'entre tous demeure en Europe celui de Keukenhof tout près de Lisse, entre Haarlem et Leyde. Les Hollandais ont réalisé là une exposition printanière de 25 hectares de nappes de fleurs de bulbes, qui constituent la plus grande exposition florale du monde en plein air. Les touristes néerlandais et étrangers trouvent également deux grandes serres où les tulipes, en particulier, sont présentées dans toutes leurs variétés, un moulin à vent a été transporté dans le parc pour accroître l'intérêt touristique, tandis qu'un pavillon d'exposition de photos et de démonstration de décoration florale attire, avec la serre d'amaryllis, une foule chaque année plus nombreuse. Les Anglais avec l'aide de spécialistes néerlandais réalisent depuis le printemps 1966 un parc semblable de huit hectares à Spalding dans le Lincolnshire. Si, en mai-juin, le touriste est ainsi attiré par la Hollande bulbicole, toute l'année, les Parisiens ont la possibilité d'admirer le parc d'Orléans-La Souce à Olivet. L'horticulture du Val y étale ce qu'elle produit de plus beau. Sur plusieurs hectares à la source du Loiret se développent les jardins de rocailles où les rosiers et les chrysanthèmes donnent la note dominante entourés par des dizaines d'autres espèces. Le développement d'Olivet s'est effectué dans le cadre des grandes Floralies de 1967.

Dans les villes l'aspect des jardins publics et de la décoration végétale dépend le plus souvent du bon goût du directeur des jardins tout autant que des crédits dont il dispose. Quand les aides financières sont limitées, on constitue un patrimoine d'arbustes sur des pelouses gazonnées, l'ombrage est alors surtout recherché. Les parterres fleuris sont réduits à de petits massifs. Dans certains jardins publics ou privés l'enchantement des couleurs est sans cesse renouvelé. Les jardins des châteaux de la Loire, ne serait-ce que celui d'Angers, les jardins Hambury à Latte de Vintimille, le jardin Ephrussy de Rothschild du Musée Ile-de-France à Saint-Jean-Cap-Ferrat, la collection privée de Marnier-Lapostolle dans ce même cap sont des ensembles trop connus pour qu'on puisse les passer sous silence.

Après l'exposition permanente des réalisations de l'horticulture, la deuxième façon de promouvoir le goût des fleurs consiste à réaliser des *expositions de fleurs coupées et de plantes en pots* organisées exceptionnellement ou régulièrement dans quelques villes. Ces manifestations ont un double but, professionnel tout d'abord en montrant aux spécialistes les réalisations d'autres régions de production, en distribuant des récompenses qui sont par la suite un argument publicitaire dans les publications professionnelles. Ensuite elles attirent un public très nombreux : à Vienne la WIG 64, à Hambourg l'I.G.A. 63, les Floralies Gantoises,

l'Euroflora de Gênes, en 1966, ont reçu chacune plus d'un million de visiteurs. Les Floralies d'Orléans ont dépassé ce chiffre en 1967. Ces expositions jouent un très grand rôle dans l'économie de la fleur par la publicité de tous ordres réalisée pendant le déroulement de l'exposition. Moins célèbres, mais tout aussi efficaces sur le plan professionnel et sur celui de la propagande, sont les expositions régulières annuelles ou bisannuelles organisées par un très grand nombre de villes européennes. A Florence, au début du mois de mai chaque année les arcades des Offices et la Place de la Seigneurie sont le lieu d'une exposition de fleurs et d'un concours de fleurs, en particulier d'iris et de glaïeuls. L'exposition de chrysanthèmes de Menton, en octobre-novembre, décerne des récompenses aux obtenteurs de nouvelles variétés. A Rome la *Roseraie de la Via Valle Murcia* distribue des médailles aux obtenteurs de roses du monde entier. La *Rose Society of Northern Ireland* organise depuis 1965 un concours international groupant neuf pays européens et américains.

La Biennale de Pescia et l'exposition annuelle d'Aalsmeer en novembre répondent au même but et sont plus scientifiques et réservées aux spécialistes bien que le public admire les dernières créations et les parterres fleuris des exposants. Ces manifestations orientent les habitudes d'achat de la clientèle et donnent des renseignements sur les tendances qui, par l'intermédiaire des journaux professionnels, sont ensuite communiquées aux producteurs et aux fleuristes qui n'ont pu, directement ou par l'envoi d'une délégation, assister à la manifestation et en tirer un bilan.

D'autres organisations jouent un rôle semblable, depuis des manifestations occasionnelles (Flores 62 à Lausanne, expositions de chrysanthèmes à Genève en 1963, la Fête de l'œillet à Cagnes-sur-Mer), jusqu'à des expositions comme celles réalisées à Sélestat en Alsace, à Lyon, à Paris. De plus en plus les pays ont tendance à organiser une très grande exposition dont le cycle est plus ou moins rapproché. Les *Floralies* de Paris en 1959 et 1964 (3), les *Floralies Internationales* d'Orléans en 1967 ont mis en contact plus de deux millions de visiteurs avec tous les aspects de l'horticulture. En Italie, après la *"Flor 61"* de Turin qui avait eu un immense retentissement, en avril-mai 1966 l'*Euroflora* de Gênes a groupé sur 25.000 mètres carrés, dans les pavillons de la Foire, une immense exposition de plantes et de fleurs.

Ainsi à travers toutes ces manifestations internationales s'affrontent, pour le plus grand plaisir des visiteurs, les producteurs de l'Europe entière. Tous ne présentent pas leurs gammes complètes de production, ne choisissant que les plus belles fleurs obtenues au moment de l'exposition. Ainsi le Comité de Propagande de la Côte d'Azur a reproché à un groupe d'horticulteurs azuréens d'avoir fait de la contre-publicité à la qualité des fleurs de la Côte d'Azur en exposant en novembre 1966 à Aalsmeer des œillets américains qui en cette période de l'année ne pouvaient pas concurrencer en qualité des œillets produits sous serre à quelques centaines de mètres des locaux de l'exposition. Les Azuréens auraient mieux fait de présenter du mimosa, par exemple.

Un dernier type de manifestations essentiel dans la publicité faite aux fleurs est le *Corso Fleuri* ou la *Bataille de fleurs*. Cette ancienne tradition a été reprise depuis la fin du siècle dernier sur la Côte d'Azur. Les têtes couronnées et l'aristocratie assistaient en période de Carnaval à la fin du XIX^e^ siècle aux batailles sur le quai des Ponchettes à Nice. Le Tsar Nicolas II n'a-t-il pas fait reconstituer, avec des fiacres venus de Nice et un plein wagon de roses expédié et livré en deux jours de Nice à Saint-Pétersbourg, une bataille de fleurs dans son Orangerie ? L'habitude s'est étendue à la Ligurie où le Corso de Vintimille passe pour être un des plus beaux du monde et où celui de San Remo est aussi très réussi. A Cannes la bataille a lieu uniquement à l'aide de brins de mimosa, ce même mimosa qui par avion spécial alimente les combattants pacifiques d'une grande soirée new yorkaise chaque année. Les producteurs de Cornouailles n'ont-ils pas à leur tour organisé un corso de tulipes à Spalding ? Très progressivement les pays utilisent ce genre de manifestation avec plus ou moins de luxe, de réussite et de bon goût. Le renom touristique de la Côte d'Azur s'appuie en partie sur ses batailles de fleurs printanières. On peut donc affirmer que le public est aussi davantage en

---

(3) P.H.M. 6, 7, 1964 : Les secondes Floralies internationales de Paris.

contact avec les réalisations des horticulteurs européens et que sans cesse se développent les tentations d'achat. La profession horticole ne peut que s'en réjouir.

La publicité de la Côte d'Azur s'appuie à son tour sur la propagande florale. Depuis quelques années la retransmission des batailles de fleurs du Carnaval par l'*Eurovision* est à la fois un élément de publicité touristique mais permet aussi d'assimiler la douceur de vivre méditerranéenne à la présence des fleurs. Si de telles batailles permettent d'écouler la surproduction florale, elles développent également le sentiment de la beauté de la décoration par les fleurs auprès d'un public lointain avide de parvenir à de telles satisfactions.

Plus loin, on examinera les motifs qui poussent aux achats de fleurs. Toutefois les professionnels les plus avisés ont pensé que l'éducation de la clientèle devait se faire dès l'école primaire. Les fillettes doivent connaître l'art de réaliser un bouquet au même titre qu'elles apprennent le Code de la Route. Cela doit faire partie de l'Instruction de la Citoyenne d'une nation moderne. Des directives ministérielles aux institutrices des Pays-Bas et de Suisse recommandent de développer chez leurs jeunes élèves, par diverses initiatives, le goût de la confection des bouquets et de la présentation des fleurs dans les vases. On doit surtout montrer aux enfants qu'il ne faut pas beaucoup de fleurs pour obtenir un joli bouquet. Cette tradition, déjà séculaire au Japon a pénétré aux Etats-Unis, qui font depuis une quinzaine d'années un effort considérable. Certains Etats ont mis ce genre d'activité au rang de discipline obligatoire pour les enfants de neuf à douze ans. Les professionnels s'en félicitent, et d'ailleurs en Allemagne Fédérale on s'est aperçu que dans les villes où une propagande de cet ordre avait été organisée, au moment de la Fête des Mères, la fréquence des achats de fleurs avait été plus forte que les années précédentes, et cela au détriment des cadeaux ménagers ou de la confiserie.

2. La publicité

L'action directe ou indirecte revêt d'ailleurs des formes multiples et l'activité de l'organisation *Interflora* par exemple est significative à cet égard. Lors du Tour de France cycliste, en 1965, le vainqueur de l'étape pouvait chaque jour envoyer des fleurs à une personne de son choix, et les haut-parleurs, la presse et la radio ne manquaient pas de relever le fait. Les manifestations sportives sont de plus en plus utilisées dans ce but puisqu'elles intéressent un public toujours plus vaste. De la course Paris-Nice où, chaque jour, le vainqueur et la reine de l'étape reçoivent bouquets et gerbes, aux galas d'arrivée des grandes épreuves automobiles, à la remise des prix aux participants des concours hippiques ou aux galas de natation, tous les moments sont favorables à une démonstration publicitaire.

A l'occasion de la Saint-Valentin, les gagnants d'un concours du couple de fiancés de l'annee ont droit à un séjour d'une semaine sur la Côte d'Azur offert en partie par *Interflora*. Or, la célébration de la fête de Saint-Valentin a été mise au calendrier des festivités essentiellement pour redonner de la vigueur au commerce floral endormi entre les fêtes du Nouvel An et celles de Pâques. Il en est de même d'ailleurs pour l'activité fébrile créée au moment du Premier Mai pour la vente du muguet. Plus importante encore est la manifestation organisée pour la Rose d'Or Interflora. Le "Tout-Paris", la presse et la télévision sont invités à un Gala qui offre des Roses d'Or aux artistes qui ont reçu le plus de fleurs par le canal d'Interflora au cours de l'année. A la même occasion le monsieur qui a envoyé le plus de fleurs à titre personnel est également récompensé. Les commandes téléphoniques sont en ce domaine de plus en plus utilisées.

La France, comme la plupart des pays d'Europe Occidentale, organise chaque année des concours variés sur le thème de la décoration florale. Le village et la ville de France les mieux fleuris sont récompensés et honorés ; les stations-service fleuries participent également à un concours.

La moindre occasion est saisie pour promouvoir le goût des fleurs. Voici quelques années un producteur de *strelitzias* de Nice a offert chaque semaine aux speakerines de la Télévision Française un bouquet de ses fleurs. En quelques mois les ventes de *strelitzias* ont

connu une progression spectaculaire liée à la présence discrète de ces fleurs, disposées dans les studios, et offertes aux regards de millions de téléspectateurs.

Le lancement d'une nouvelle variété de roses à Orléans ou d'un œillet à Nice fait appel à un encadrement publicitaire que beaucoup de firmes industrielles pourraient envier. On recherche le parrainage d'une personne célèbre à la scène ou à l'écran, la présidence de la manifestation est souvent confiée à un homme politique. Des artistes de cinéma — qui se sont engagées par contrat — clament qu'elles doivent leur réussite à l'œillet porte-bonheur ou aux roses rouges ! Les grandes revues françaises hebdomadaires et la presse féminine amplifient les déclarations dans des reportages colorés.

Cette même presse présente des pages entières de publicité prévenant le public qu'il est temps de planter des bulbes à fleurs (publicité d'ailleurs anonyme, le plus souvent financée en Europe par les associations bulbicoles néerlandaises) ou bien propose au public des achats de plantes en pots par correspondance (huit plantes pour quelques francs) contre remboursement, et l'on peut renvoyer le tout à l'expéditeur si l'on n'est pas satisfait ! Les grandes maisons de graines et de commercialisation de plantes et d'arbustes publient des brochures annuelles très complètes. Ces catalogues sont une invitation à l'achat, d'autant plus que toutes les indications concernant le bon entretien des plantes sont fournies. Des reportages dans les magazines donnent des conseils aux maîtresses de maison sur le nombre, la disposition des plantes d'appartement, sur les soins à leur donner. Les décoratrices utilisent fleurs et plantes en pots pour égayer les coins sombres des appartements qu'elles proposent en modèle dans ces publications. A Londres, le *"Flowers Publicity Council"* a entrepris une campagne d'exposition de fleurs fraîches dans les vitrines d'un grand magasin à Piccadilly Circus. Les vitrines sont décorées sur le thème "Take home flowers" et un bouquet de jonquilles est offert à chaque cliente.

Le développement de la publicité est tel aujourd'hui qu'il est responsable de l'amplification des ventes. (4) Or, le prix des fleurs est relativement stable et ne suit pas la progression des prix des produits agricoles ou industriels. Cet élément favorable au commerce joue en défaveur du secteur horticole productif. La clientèle est donc en contact plus étroit désormais avec l'environnement floral, elle dispose de facilités d'achat par la multiplication des points de vente ; la profession horticole peut donc profiter largement de ces possibilités, la fleur, jadis apanage des classes privilégiées, est aujourd'hui démocratisée.

2. La démocratisation de la fleur

La consommation de fleurs et de plantes ornementales est surtout abondante dans les régions extra-méditerranéennes à haut niveau de vie. L'ornementation des intérieurs dans les régions méridionales de l'Europe sollicite moins les plantes et les fleurs. Les jardins sont surtout occupés dans le Midi par des arbres offrant de l'ombre, *eucalyptus, palmiers de toutes espèces, mimosas, oliviers, pins maritimes et pins parasols,* puis par des arbustes dont le principal est le rosier, enfin seulement par des plantes à fleurs annuelles. Plantes vertes et fleurs coupées sont relativement rares dans les appartements, les balcons toutefois sont abondamment garnis de plantes fleuries toute l'année (*géraniums*) et même d'arbustes (*lauriers-roses*). Dans la vie de relations les achats sont plus importants dans le Sud que dans le Nord de l'Europe ; les couronnes mortuaires sont beaucoup plus fleuries, les compositions florales en corbeilles sont plus amples. L'achat d'un petit bouquet de fleurs paraît étriqué.

---

(4) P.H.M. 1, 1966 : Exemple d'une campagne de publicité.

En prenant pour indice la base 100 en 1950 le CREDOC a calculé (5) que la consommation française de fleurs a atteint l'indice 152,1 en 1954. La valeur totale des produits ornementaux consommés en France est passée de 544,7 millions en 1950 à 828,6 millions de francs (en francs 1960). Ce chiffre est comparable à celui de la consommation des eaux minérales (679 millions en 1963) et quatre fois supérieure à celle des jus de fruits (191 millions).

Les Français cependant consacrent moins d'argent que d'autres Européens aux achats de produits ornementaux, d'après l'édition 1967 de l'A.I.P.H.

	Allemagne Fédérale	France	Italie	Pays-Bas	Danemark	Norvège	Suède	Royaume-Uni
Valeur à la production	246,7 (*)	98,4	126,3	91,1	40,1	25,2	33,8	67,-
Exportations	0,—	5,3	31,	53,1	1,-	—	—	—
Importations	496,3	205,4	170,1	85,8	65,8	44,	68,7	140,3
Population (en millions)	59,6	49,4	51,8	12,4	4,7	3,7	7,8	54,9
Consommation par tête, en dollars ..	8,32	4,15	3,28	6,89	13,72	11,72	8,8	2,55

(*) En millions de dollars américains.

Les organismes publics et privés, les administrations n'utilisent jamais dans le Midi les plantes et les fleurs. Ni les grandes banques ni les bureaux de poste, même récemment bâtis, ni les halls d'agences de voyages, ni ceux des gares, de Rome à Madrid, tous organismes en contact permanent avec le public, ne sont ornés de plantes vertes en pots ou en massifs. Parfois certaines bordures d'îlots directionnels de circulation sont occupés par des arbustes et du gazon, le fait est toutefois exceptionnel.

Toutefois, suivant les pays, les nécessités d'achat diffèrent quelque peu, bien que les réactions devant les fleurs soient souvent identiques. Très rares sont les personnes (2 % environ) insensibles à la vitrine du fleuriste. Si l'étalagiste a du goût, le magasin du fleuriste, harmonieux dans sa composition florale, est une tentation pour la clientèle. Il est difficile de saisir les réactions exactes de la ménagère, de la personne qui doit offrir des fleurs ; dans certaines régions la tradition dicte l'importance de l'achat à effectuer : gros bouquet, composition florale moins massive, simples fleurs parfois.

1. Les sondages de consommation

Avant de déterminer l'ampleur du commerce floral européen, il a paru souhaitable d'examiner, à l'aide de quelques enquêtes, les désirs et les habitudes du public lors de l'achat des fleurs.

Une première et vaste enquête a été réalisée en 1965 par l'Office Technique de Vente (Paris) dans le but de fournir des indications sur le marché français de la fleur coupée. Des coopératives de floriculteurs azuréens, à l'instigation d'une grande maison de production de boutures d'œillets, ont financé, avec l'aide de la C.O.F.R.E.D.A., les études préalables et les recherches permettant de connaître les habitudes d'achat de la clientèle française (6). Les

(5) Revue *Consommation* 2, 1965.

(6) A la demande de la Fédération centrale de l'Horticulture de l'Allemagne Fédérale, une vaste enquête touchant deux mille personnes a été réalisée en 1966. Les résultats partiellement publiés par le C.N.C.E. corroborent les conclusions des enquêteurs français. Les enquêteurs allemands se sont inspirés des résultats de l'*Institut füur Demoskopie* et de sa publication de 1957 : *Der Blumenmarkt.*

enquêtes directes ont touché 200 consommateurs à Paris et dans la banlieue, à Metz, Caen, Lille, Bordeaux et Grenoble. Ces quelques villes françaises du Nord et du Centre ne représentent qu'un échantillonnage, certes le plus important, de la clientèle urbaine française. Les grandes métropoles méditerranéennes, par exemple, n'ont pas été atteintes par les enquêteurs. Dans une telle situation il y a deux façons d'agir : ou bien on augmente le nombre de personnes questionnées, multipliant ainsi l'échantillonnage des réponses, mais, ne disposant que d'un temps limité, on doit se contenter de réponses superficielles ; ou bien on réduit le nombre d'enquêtes en demandant aux personnes de consacrer un temps plus long à la réponse. Ce deuxième procédé, adopté ici, a permis de sonder l'opinion de quelques centaines de consommateurs et de préciser avec rigueur et à coup sûr, avec une marge d'erreur réduite le plus possible, les habitudes d'achat de fleurs de la clientèle. En complément nécessaire des enquêtes ont été menées dans le circuit traditionnel de vente des fleurs (grossistes et détaillants fleuristes) pour évaluer l'influence des vendeurs sur le choix des consommateurs.

L'hypothèse de départ est que l'achat de fleurs est étroitement lié au niveau de revenu ; elle conduit à stratifier les résultats en fonction de la catégorie socio-professionnelle du chef de famille, elle-même étroitement liée aux revenus. Un échantillon tiré au hasard et directement représentatif de la clientèle urbaine française n'aurait permis d'obtenir qu'un faible pourcentage de consommateurs ayant de hauts revenus. Le nombre d'observations d'achats de fleurs aurait donc été très réduit. Pour chaque catégorie socio-professionnelle délimitée un nombre comparable d'enquêtes a été réalisé, soit une trentaine environ pour chacun des sept groupes suivants : petits et gros commerçants ; artisans ; cadres supérieurs et professions libérales ; cadres moyens ; employés et ouvriers ; autres actifs ; retraités et non actifs. Afin que les résultats soient valables pour l'ensemble de la population urbaine, il a fallu chaque fois pondérer les chiffres obtenus en fonction de la catégorie socio-professionnelle et du niveau de vie de la personne. L'échantillon devait en effet bien représenter la population. A cet effet une enquête portant sur un ensemble de 5.000 personnes vivant en milieu urbain réalisée également par l'Office technique de Vente a permis d'effectuer les contrôles et les comparaisons indispensables. On aboutit à deux catégories socio-professionnelles principales en partant d'une ventilation plus large. Les catégories énumérées précédemment ne sont pas homogènes : par exemple la catégorie *employés et ouvriers* comprend des manœuvres, des ouvriers spécialisés, des contremaîtres. Comme il était impossible de tenir compte d'un aussi grand nombre de catégories on a été amené à utiliser le revenu moyen des familles à partir de plusieurs éléments tels que la profession exacte du chef de famille, celle des autres membres de la famille vivant au foyer, les avantages sociaux en nature (logement, allocations familiales). Le montant des revenus a été pondéré en fonction du nombre de trois personnes, nombre moyen de personnes par foyer en France ; on obtient des bases de comparaison assez valables.

Deux grandes catégories apparaissent ainsi : celle disposant de hauts revenus (supérieurs à 1.800 francs par mois) et celle dont le revenu est inférieur à cette somme, étant entendu que 80 % des foyers appartenant à cette catégorie disposant de moins de 1.800 francs par mois. Les résultats des enquêtes, donnés en pourcentages, ont une marge d'erreur d'environ $\pm$ 7 % si l'on considère l'ensemble des consommateurs français. Il conviendra de tenir éventuellement compte de cette marge pour chacun des différents pourcentages désormais utilisés.

La première question posée par l'enquêteur était la suivante : « Parmi les cadeaux suivants, chocolats, plantes vertes, parfums, fleurs et bonbons, quels sont ceux que vous préférez recevoir ? » Aucun biais n'a été introduit pour influencer la réponse et les personnes ne connaissaient pas le but du questionnaire. Parmi les cinq cadeaux proposés au choix des consommatrices et des consommateurs deux remportent la majorité des suffrages : les fleurs sont citées en premier par 40 % des personnes et les plantes vertes par 30 % et ces pourcentages ne diffèrent guère d'une catégorie socio-professionnelle à l'autre. Ainsi 70 % de la clientèle urbaine française souhaite d'abord recevoir des produits horticoles. *Plantes et fleurs sont donc bien un élément essentiel de la vie de relations.* Les commentaires spon-

tanés des enquêtes reflètent bien d'ailleurs ce goût pour les fleurs : « C'est de la gaieté ; c'est vivant ; c'est une présence dans la maison ; c'est de la couleur ; cela fait entrer le soleil. » Mais ce goût vif pour les fleurs et les plantes en pots est immédiatement tempéré par l'étroite liaison qui existe entre le niveau de vie du consommateur et ses achats de fleurs. Cette liaison apparaît nettement en comparant l'évolution des revenus disponibles des ménages et celle des productions florales pendant douze années. L'influence du niveau de revenu se fait sentir aussi bien sur les quantités de fleurs achetées que sur leur qualité (voir fig. 22 revenu disponible des ménages).

Figure 22 : Evolution comparée de la production des cultures florales et du revenu disponible des ménages. Indice 100 en 1950.

L'attrait pour l'ornementation florale entraîne une concurrence importante entre les différents produits de la floriculture. On trouve des fleurs naturelles dans 25 % des foyers ; la moitié des fleurs a été achetée, l'autre provient du jardin voisin ou d'un cadeau. Les plantes vertes ornent 90 % des intérieurs des personnes soumises à l'enquête, sans distinction de niveau de revenu. Les plantes vertes sont appréciées en raison de leur durée, et les acheteurs trouvent leur prix raisonnable, du fait de la durée des plantes. Les fleurs séchées sont rencontrées dans 30 % des maisons ; leur présence est largement liée au niveau de revenu. La moitié des consommateurs ayant de hauts revenus, et le quart des consommateurs à bas revenu en possèdent : les bouquets séchés sont composés d'épis de blé ou de maïs ; on trouve aussi des roseaux et des chardons. Les immortelles, rares, semblent de moins en moins prisées. Les fleurs artificielles représentent la dernière catégorie : 40 % des familles en possèdent. Leur présence est inversement liée au niveau de revenu. 45 % des foyers à bas revenu et 20 % des foyers à hauts revenus ; ces dernières ont des fleurs artificielles chères provenant de magasins de fleuristes ; les autres sont des fleurs en matière plastique, primes provenant d'un achat alimentaire (roses données avec des paquets de biscottes par exemple).

Toutes ces remarques s'appliquent à une situation hivernale, l'enquête s'étant déroulée de part et d'autre des fêtes de fin d'année. Aussi l'importance des fleurs artificielles ou séchées est-elle grandie par rapport à une belle saison qui les voit reléguées dans des placards. Certaines restent en place toute l'année pour la décoration des coins obscurs (entrée, escalier) ou d'emplacements difficilement accessibles (dessus d'armoires).

Parmi les fleurs fraîches achetées les roses sont préférées par la moitié des personnes. En effet, cette fleur est de beaucoup la plus offerte lors des cadeaux. La clientèle la considère à juste titre comme une des plus belles fleurs. Deux raisons à cela : la culture des rosiers en pots ou en pleine terre est relativement aisée et peut être réalisée dans toutes les régions de France, ce qui a contribué à populariser cette fleur. Les catalogues sont proposés chaque année aux possesseurs de jardins, les mettant au courant des nouvelles créations. Des parcs comme ceux de la Tête d'Or à Lyon ou de la Source à Orléans enchantent le visiteur par la variété des espèces et des coloris. La deuxième raison qui fait de la rose la fleur la plus offerte est, paradoxalement, son prix élevé. Quantité de personnes lors d'un cadeau offrent un bouquet de roses, ce qui est cher est forcément plus beau, en tout cas plus apprécié ; cela d'autant plus que les fleuristes incitent la clientèle à acheter ces fleurs, leur marge bénéficiaire étant plus grande. L'habitude s'est donc prise de considérer la rose comme la fleur essentielle de la vie de relations. L'œillet cependant est la fleur préférée de 20 % des foyers et plus particulièrement dans les catégories à bas revenus (22 % contre 10 % dans les catégories à revenus élevés). L'œillet est d'ailleurs une fleur très largement achetée pour des raisons d'économie comme la suite de l'enquête le prouvera.

L'œillet est victime dans certaines régions de préjugés qui lui portent tort. Des personnes (15 %) considèrent que « l'œillet porte malheur » et qu'il est préférable de ne pas en offrir, même si ces personnes en achètent pour elles-mêmes. Tous les fleuristes des grandes villes mentionnent cette superstition et mettent le plus souvent en garde leur clientèle. Rares sont les fleuristes de province qui mentionnent cette habitude. Beaucoup de fleuristes de la région parisienne l'entretiennent sans doute plus par intérêt que par souci d'indiquer une règle de savoir-vivre. La marge bénéficiaire réalisable sur ces fleurs est en effet plus faible que celle pratiquée sur les roses. Par ailleurs beaucoup d'acheteurs sont persuadés que pour réaliser un bel arrangement dans un vase il est nécessaire d'avoir beaucoup d'œillets. A la question : « Combien estimez-vous qu'il faille de roses et d'œillets pour faire un bouquet ? » les réponses sont catégoriques : pour les roses six fleurs ou moins : 70 % ; sept et davantage : 30 %. Les proportions sont exactement inverses pour les œillets. On reproche surtout à l'œillet d'avoir une tige mince et l'absence de feuilles importantes augmente la gracilité de la fleur. Il faut un plus grand nombre de fleurs pour avoir un bouquet harmonieux. L'asparagus apparaît comme le complément nécessaire à la confection d'un bouquet et à la présentation de fleurs en cadeau.

Il est intéressant de noter que la plupart des personnes ont des connaissances très réduites en matière de fleurs. Tout en distinguant les différentes sortes de fleurs la clientèle présente la plus grande méconnaissance des variétés. Parmi les dizaines de roses qui sont offertes dans les magasins, la *Baccara* est la seule véritablement connue sous son nom, mais non sous son aspect. Elle est le synonyme d'une fleur de qualité et de prix que l'on réserve aux cadeaux. Les œillets sont aussi victimes de la plus grande confusion. Tout en distinguant l'œillet de bordure, l'œillet mignardise, les acheteurs classent les gros œillets dans la catégorie des "œillets doubles" ou œillets de Nice. Le terme "œillet de Nice" recouvre d'ailleurs indistinctement les œillets crevards et les œillets américains. Il reste cependant aux yeux du consommateur un symbole de qualité.

Lors de l'achat les clients reconnaissent la qualité de la fleur au fait qu'elle est "bien serrée, bien fermée" surtout au moment d'un achat pour la maison, tandis que pour un cadeau on préfère voir le bouquet "faire volume" ce qui pousse à acheter les fleurs plus ouvertes. Les consommateurs sont très préoccupés par la durée des fleurs. Aussi reprochent-ils d'abord à la fleur coupée de ne pas durer suffisamment et de « ne pouvoir pas assez en profiter pour le prix ». Cette remarque aurait certainement été atténuée si l'enquête au

lieu de se dérouler en hiver avait porté sur une période printanière. Les estimations sur la durée des fleurs sont très voisines. Les fleurs « font en moyenne la semaine » ; elles durent en effet selon les espèces et les possibilités de conservation de cinq à dix jours. Le chauffage central est, comme on l'a dit, un redoutable obstacle à la conservation. Il y a là un point essentiel pour le commerce floral : en hiver, lors de la forte production méditerranéenne, l'écoulement des fleurs est particulièrement ralenti par l'appréhension de la clientèle de ne pouvoir longtemps garder chez soi les fleurs. Une campagne organisée par la profession pourrait inculquer à la clientèle des notions élémentaires pour reconnaître la qualité des fleurs, en particulier à l'allure de la tige et du bouton, et pour mieux les conserver (hydratation fréquente des feuilles dans les pièces chauffées, adjonction de produits spéciaux de conservation dans l'eau des vases). Certaines personnes reconnaissent que la durée des fleurs est fonction de l'espèce. Souci, marguerite, chrysanthème, glaïeul, œillet ont une réputation de durée ; par contre rose, tulipe et mimosa sont connus pour leur fragilité. Les consommateurs savent qu'ils peuvent en soignant convenablement leurs fleurs en prolonger la durée « en changeant l'eau et en coupant les tiges tous les jours », mais très peu ont le courage ou le temps de le faire régulièrement. Certains adjoignent à l'eau un cachet d'aspirine (70 %), du sucre, du sel (Metz), du charbon de bois, de l'eau de Javel. Quatre personnes sur deux cents savent qu'un produit spécial est vendu en magasin pour prolonger la durée des fleurs ; mais les fleuristes ne font rien pour promouvoir la vente de ce produit, quand ils en connaissent l'existence, et estiment que sa commercialisation devrait être le fait des droguistes.

Dans la confection d'un bouquet la préférence se porte souvent vers un nombre de fleurs impair. Si 40 % des personnes y font attention, c'est surtout, dans les catégories sociales les plus élevées, pour les roses. L'œillet est plus fréquemment acheté à la douzaine par les consommateurs à bas revenus. Quant au langage des fleurs il est considéré par la plupart des personnes comme une bêtise juste capable d'amuser la jeunesse.

Ainsi l'analyse du comportement de l'acheteur fait apparaître deux attitudes bien différentes suivant la destination des fleurs (*fleurs d'intérieur ou fleur cadeau*). Ces deux attitudes diffèrent par les espèces de fleurs achetées, leur qualité, leur lieu d'achat, le prix consenti. On distinguera désormais pour plus de clarté l'achat de fleurs destiné à la décoration de la maison (*fleur d'intérieur*) et celui de fleurs destinées à être offertes (*fleur cadeau*).

2. La fleur d'intérieur

Deux types de consommateurs très différents existent, ceux qui ne possèdent pas de jardin et dont 35 % environ font des achats réguliers de fleurs, ceux qui ont un jardin, et qui, pour 20 %, achètent des fleurs en hiver seulement. Parmi les consommateurs de fleurs trois catégories sont à distinguer : les acheteurs réguliers, les acheteurs semi-réguliers, les "non-acheteurs". Les définitions suivantes peuvent leur être appliquées. L'achat régulier a lieu au moins une fois par mois ; les fréquences maximum ont lieu toutes les trois semaines ou tous les quinze jours, 2 % seulement des consommateurs achètent des fleurs toutes les semaines. L'achat semi-régulier se produit de trois à six fois par an. Les non-acheteurs ne se présentent qu'une ou deux fois par an chez le fleuriste pour des occasions bien précises.

On a pu vérifier la fréquence de l'achat en fonction de la date du dernier achat. On pensait au départ que l'achat de *fleurs d'intérieur* devait être plus important dans les familles habitant des immeubles collectifs, c'est-à-dire ne possédant pas de jardin, ceux disposant d'une résidence secondaire proche étant assimilés à la catégorie des possesseurs de jardins. L'hypothèse a été confirmée, beaucoup de propriétaires de jardin n'achètent qu'exceptionnellement des fleurs, l'environnement dont ils profitent les porte à attendre la floraison de leurs plantes.

Deux facteurs principaux déterminent l'achat de fleurs : la mise en présence de fleurs est une tentation, et si l'on n'achète pas c'est par souci d'économie ; le niveau de revenu a une influence directe sur la fréquence d'achat. L'achat de fleurs pour la maison n'est pas prémédité, sauf à propos d'une occasion précise. La ménagère placée en présence de fleurs lors

de ses courses est tentée d'en acheter. A l'intérieur d'une même catégorie de revenus, afin d'éliminer l'influence de cet autre facteur fondamental les ménagères qui vont régulièrement au marché, une fois par semaine, achètent plus de fleurs que celles qui n'y vont jamais. A niveau égal de mise en présence de fleurs, comme la fréquentation d'un marché ou la présence proche du domicile d'un fleuriste, les consommateurs à revenus élevés achètent des fleurs pour leur intérieur plus souvent et en plus grande quantité. Les catégories à hauts revenus fournissent 60 % d'acheteurs réguliers, celles à bas revenus 30 % seulement. Il est évident que l'évolution générale des revenus des consommateurs et la part croissante du poste "loisirs" dans leur budget est un élément favorable au développement du commerce des fleurs.

Dépenses pour l'achat de fleurs d'après la situation des ménages aux Pays-Bas et en Allemagne fédérale - 1962-1963
(en D.M. par année)

	Allemagne Fédérale	*Pays-Bas*
MÉNAGE D'OUVRIERS		
— Consommation globale par ménage	9.234,00	9.539,00
— Dépense pour les fleurs par ménage	35,86	40,70
— Consommation globale par tête	2.638,00	2.385,00
— Dépense pour les fleurs par tête	10,25	10,18
— Dépense pour les fleurs par adulte	16,30	17,70
MÉNAGE D'EMPLOYÉS ET DE FONCTIONNAIRES		
— Consommation globale par ménage	12.659,00	14.145,00
— Dépense pour les fleurs par ménage	62,29	83,60
— Consommation globale par tête	3.723,00	3.536,00
— Dépense pour les fleurs par tête	18,32	20,90
— Dépense pour les fleurs par adulte	27,08	36,35
MÉNAGES D'AGRICULTEURS		
— Consommation globale par ménage	11.574,00	10.771,00
— Dépense pour les fleurs par ménage	21,44	18,70
— Consommation globale par tête	2.572,00	2.693,00
— Dépense pour les fleurs par tête	4,76	4,68
— Dépense pour les fleurs par adulte	7,15	6,93

Les habitudes d'achat seront également modifiées si l'on propose à la clientèle des fleurs à un prix très étudié relativement constant et ceci presque toute l'année. Ces habitudes subiront des transformations encore plus profondes si l'augmentation du nombre des points de vente provoque de nouvelles tentations d'achat.

En étudiant les habitudes des ménagères pour les achats de produits alimentaires ou d'entretien, achats qui ont lieu tous les deux ou trois jours et jamais moins d'une fois par semaine, on obtient les proportions suivantes : 7 % des ménagères ne vont jamais au marché ni dans un magasin de commerce intégré ; 53 % d'entre elles vont régulièrement au marché et dans un magasin de commerce intégré ; 29 % vont régulièrement dans un magasin de commerce intégré mais ne vont jamais au marché ; 11 % vont régulièrement au marché mais ne vont jamais dans un magasin du commerce intégré. Au total, 82 % des ménagères fréquentent régulièrement un magasin du commerce intégré et 64 % d'entre elles un marché. Parmi les 36 % qui ne vont jamais au marché et qui par conséquent sont moins souvent mises au contact de fleurs à des prix abordables, 7 % ne vont pas non plus dans un magasin du commerce intégré, mais 29 % y vont, c'est-à-dire la grande majorité. Ainsi, la vente régulière de fleurs dans le secteur du commerce intégré pourrait modifier de façon sensible les habitudes actuelles de la clientèle.

La ménagère qui achète des fleurs pour son intérieur ne recherche aucun effet de présentation et n'attache pas d'importance à l'aspect extérieur du bouquet, emballage ou étiquette par exemple, puisque c'est elle qui, en fin de compte, disposera les fleurs dans ses vases. Les conditions favorables à l'achat sont donc que les fleurs soient fraîches, tentantes et placées à un endroit où la ménagère les verra en faisant ses courses. Une expérience réalisée dans une des succursales de la chaîne *Migros*, en Suisse, à propos des fruits est intéressante à signaler. En disposant au centre du magasin, en un point de passage obligé, l'étalage avec des fruits et légumes, dont les quatre cinquièmes étaient préemballés et mettaient en valeur la couleur de la marchandise, le chiffre d'affaires a atteint le cinquième du chiffre d'affaires total du magasin. On peut donc en déduire à plus forte raison que l'attraction réalisée par les fleurs offrirait des possibilités de débouchés très grandes et qui, on le verra, commencent à être exploitées.

Dans le cas d'un achat régulier, les consommateurs préfèrent consentir un prix unitaire moindre et renouveler plus souvent leurs achats. La clientèle semi-régulière accepte plus volontiers une dépense un peu supérieure car il s'agit souvent de décorer la maison pour la réception de parents ou d'amis. L'absence de recherche de présentation et la sensibilité au prix, deux facteurs essentiels, ont une influence décisive sur le lieu d'achat et les espèces choisies. Les achats chez le fleuriste traditionnel sont rares : dans le quart des cas seulement. Le marché est le lieu habituel d'achat ; la moitié des ménagères y prend en faisant ses courses les *fleurs d'intérieur*. Le dernier quart s'adresse soit aux marchands des quatre-saisons, soit aux marchands à la sauvette (couloirs de métro, angle de rue), soit plus rarement aux marchés aux fleurs et au commerce intégré.

La ménagère préfère effectuer son choix au marché. Les fleurs sont moins chères, pense-t-elle, et elle est soumise à la tentation de s'en procurer. En analysant les achats de *fleurs d'intérieur* effectués chez un fleuriste traditionnel on s'aperçoit qu'ils sont plus nombreux chez les personnes qui habitent à proximité d'un fleuriste et qui, passant régulièrement devant le magasin, se laissent tenter par certaines fleurs qui souvent ne sont pas plus chères qu'au marché. Les *fleurettes* restent les fleurs achetées le plus souvent ; elles permettent de réaliser de jolis bouquets économiques. Anémones, renoncules, marguerites, soucis, jonquilles tentent la clientèle par leurs couleurs vives et gaies. Des glaïeuls, de petites roses, des tulipes et des œillets sont également achetés à condition que le prix des bottes reste bas.

L'analyse du dernier achat dans la mesure où l'achat inhabituel a une chance d'apparaître offre une image peu éloignée des habitudes traditionnelles d'achats, compte tenu de la saison où s'est effectuée l'enquête. L'achat régulier datant de moins de 15 jours se trouve dans 27 % de foyers celui de 3 semaines à un mois dans 8 %. 12 % d'acheteurs semi-réguliers ont effectué un achat depuis moins de 2 mois, et 20 % depuis 3 à 6 mois. Parmi les non-acheteurs 5 % n'ont pas eu de fleurs depuis plus de 6 mois et 28 % n'ont jamais effectué d'achat. L'influence du niveau de revenu sur la date du dernier achat est très forte, comme le montre le tableau :

	Achat régulier	Achat semi-régulier	Non-achat	Total
haut revenu	60 %	30 %	10 %	100 %
bas revenu	30 %	30 %	40 %	100 %

Les fleurs achetées sont les *fleurettes*, ainsi que des *dahlias* et les *chrysanthèmes* en bottes, au total 45 % des achats ; les *œillets* en représentent 30 %, avec les nuances suivantes : hauts revenus 20 %, bas revenus 35 %, les glaïeuls 15 %, les roses 8 %, et les autres fleurs 2 %. Le lieu indiqué pour le dernier achat est significatif : marché 50 %, fleuriste 25 %, divers et ambulants 25 %. Le prix consacré au dernier achat appelle quelques commentaires.

Les achats de moins de 3 francs représentent 62 % du total des achats, et il n'existe

pas de différence significative entre le comportement des consommateurs dont le niveau de revenu est bas ou élevé. Le prix moyen des achats s'établit à 2,65 francs. Tous les achats ayant dépassé 5 francs l'ont été par des consommateurs semi-réguliers. Le nombre de fleurs achetées est aussi révélateur à connaître : voici les résultats de l'enquête à propos des œillets, 20 % de la clientèle ont acheté une botte (c'est-à-dire plus d'une douzaine d'œillets), 40 % ont choisi la douzaine, 20 % de 7 à 12 fleurs, 20,6 % 6 fleurs ou moins. Les couleurs des œillets préférées ont été le rouge et le rose (55 %), les variétés assorties (35 %). (Fig. 23).

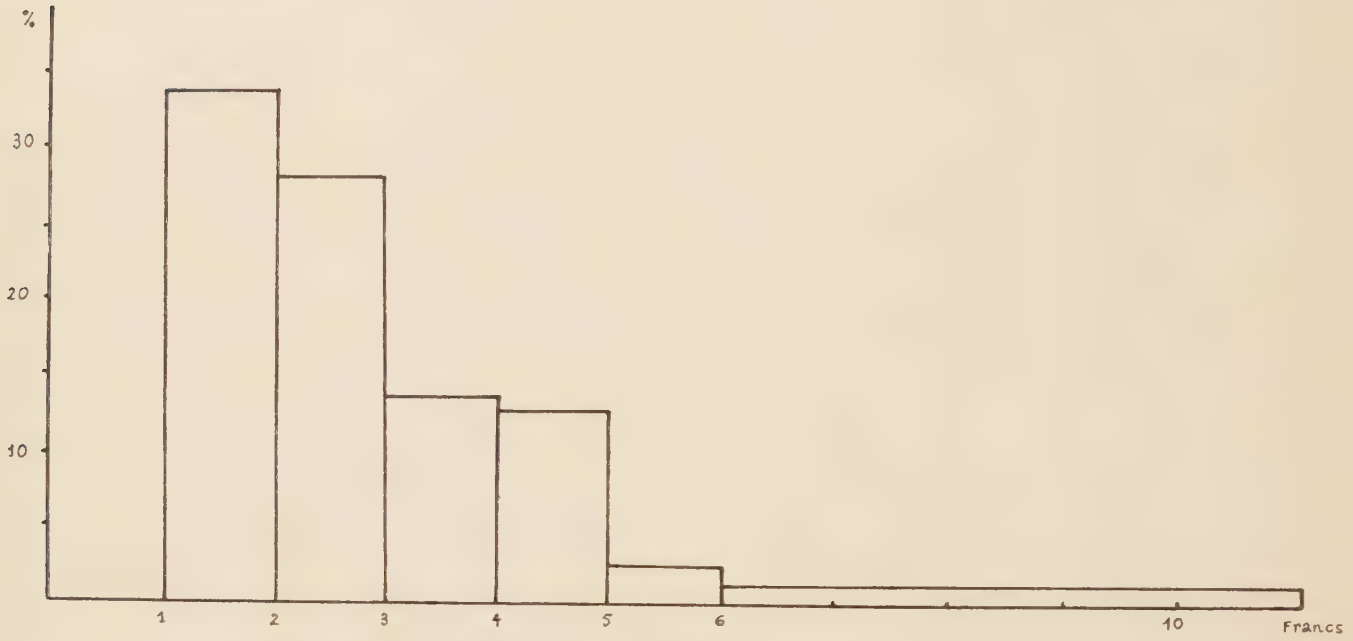


Figure 23 : Pourcentage des sommes consacrées au dernier achat.

Cette enquête a donc le grand mérite de faire pénétrer au cœur des réactions de la clientèle et de donner de précieuses indications sur une éventuelle amplification du marché.

3. La fleur cadeau

La recherche de l'effet produit par le cadeau est à la base du comportement du consommateur et ses exigences le conduisent à un spécialiste. L'influence du fleuriste oriente donc la vente. La vente diffère ainsi et l'achat fait à une occasion précise n'est plus spontané mais raisonné. La préoccupation fondamentale du client est que son cadeau produise le plus d'effet possible ; mais cette démarche est influencée par des facteurs secondaires tels que les caractéristiques personnelles de l'acheteur ou l'occasion à laquelle le cadeau est offert. L'achat de *fleur-cadeau* est très étroitement lié à la catégorie socio-professionnelle du consommateur, à son niveau de revenu et à son âge. Le milieu social détermine le goût de l'acheteur ainsi que son mode de vie. Il a donc une influence sur les espèces achetées et sur la fréquence des achats. Dans les catégories à revenus élevés on offre volontiers des fleurs ; dans les catégories sociales plus simples elles sont souvent mises en concurrence avec la patisserie, la confiserie ou un objet utile. Le milieu social exerce aussi une influence sur l'appréciation des espèces de fleurs que l'on va offrir. Les consommateurs appartenant aux classes les plus élevées choisissent volontiers des roses et affichent un certain mépris pour l'œillet. L'œillet est par contre recherché par les consommateurs des autres catégories

socio-professionnelles. Le niveau de revenu détermine le montant que le client consacre à l'achat. Les fleurs coûteuses sont achetées par les personnes dont le revenu est le plus élevé. L'âge du consommateur dicte également le choix du point d'achat. Les personnes de 35 à 50 ans s'adressent de préférence aux fleuristes dont elles constituent l'essentiel de la clientèle. Les personnes âgées, et celles de moins de 35 ans sont rarement clientes d'un magasin spécialisé. Le rôle de l'âge dans le choix des fleurs au moment de l'achat est négligeable, mis à part le goût des enfants pour les fleurs blanches. Les hommes achètent plus souvent que les femmes des fleurs pour offrir et leur clientèle est très appréciée des fleuristes qui les trouvent faciles à satisfaire, se décidant plus vite que les femmes.

L'occasion à laquelle les fleurs sont offertes vient influencer le choix du consommateur, en dehors de ses goûts personnels. Ces occasions ont été étudiées en analysant le dernier achat de *fleur-cadeau*. Toutefois les résultats ne sont donnés qu'à titre indicatif car la date à laquelle s'est déroulée l'enquête n'a pas permis d'apporter beaucoup de renseignements sur les cadeaux offerts à l'occasion des grandes fêtes, les fleurs achetées pour la Toussaint ayant été systématiquement éliminées. L'occasion de cadeau la plus fréquente est l'invitation chez les amis : 40 %, puis viennent les fêtes de famille, les anniversaires, les fêtes de saints (20 %) ; les occasions spéciales (mariage, fiançailles) 10 % ; les visites à un malade (10 %) ; les occasions diverses (10 %). Bien que l'enquête se soit déroulée en hiver, les cadeaux offerts à l'occasion de la Fête des Mères ou d'une grande fête représentent 10 % des derniers achats.

Les occasions d'achat de *fleurs-cadeau* varient sensiblement en fonction de la catégorie socio-professionnelle des consommateurs. Dans les catégories les plus élevées (cadres et professions libérales), les occasions les plus fréquentes sont les invitations ; par contre parmi les ouvriers ou les employés on offre surtout des fleurs lors des fêtes familiales. Les grandes fêtes (Premier Mai, Fête des Mères, Nouvel An) font réaliser aux fleuristes des quartiers ouvriers une part essentielle de leur chiffre d'affaires tandis que dans les quartiers de population plus aisée, les ventes s'étalent plus régulièrement tout au long de l'année. Somme toute, l'achat de *fleur-cadeau* reste plus irrégulier que celui de *fleur d'intérieur*, mais il est impossible de dresser une fréquence moyenne d'achat par consommateur.

4. L'influence du fleuriste

Compte tenu des exigences du consommateur sur la recherche de l'effet produit par un cadeau, quels sont les goûts de la clientèle ? Les belles fleurs sont d'abord recherchées. Les connaissances de l'acheteur en matière florale sont, on le sait, superficielles. Aussi lors d'un achat s'adresse-t-on à un fleuriste spécialisé et ce dernier exerce une influence décisive sur le choix. La rose, puis par le jeu de facteurs sociaux et économiques, l'œillet, le glaïeul, la tulipe et en règle générale toutes les fleurs vendues à la pièce sont les principales espèces demandées. Les fleurettes ne sont jamais offertes si ce n'est par des consommateurs à hauts revenus mais lors d'achats de compositions florales où entrent d'autres fleurs, des feuillages ou des plantes vertes. Les fleurs un peu ouvertes ont la préférence des acheteurs. Les feuillages qui agrémentent le bouquet sont surtout appréciés lorsqu'ils augmentent le volume d'un bouquet de quelques fleurs. Enfin, le choix déterminé, le client veut que son bouquet soit présenté dans un emballage très soigné, avec étiquette, et reste sensible à tous les efforts du fleuriste dans ce domaine.

Ainsi, pour satisfaire à ces nombreuses exigences le consommateur s'adresse le plus souvent à un spécialiste. Les trois quarts des *fleurs-cadeau* sont achetées chez un spécialiste. Son influence varie en fonction de sa classe et s'exerce sous forme de conseils. Ces conseils correspondent le plus souvent aux préoccupations fondamentales liées à l'intérêt immédiat du fleuriste. Il s'efforce d'accroître le montant de la dépense de son client et l'oriente de ce fait vers des fleurs chères. Il veille également à écouler son stock, c'est-à-dire les fleurs qu'il a le plus anciennement dans son magasin. Enfin il essaie de vendre des fleurs qui lui procurent la plus grande marge bénéficiaire tout en utilisant à son avantage les variations saisonnières ou momentanées des fleurs.

L'emplacement du magasin, sa surface, ses aménagements intérieurs et extérieurs permettent de distinguer cinq classes de fleuristes, à chacune desquelles correspond une attitude commerciale distincte.

Définition	A	B	C	D	E Libre-service
Emplacement	Centre	Centre	Divers	Quartier	Quartier riche
Surface	> 150 m²	> 20 m²	> 150 m²	< 20 m²	> 20 m²
Aménagement	x x x	x x	x	—	Moderne
Fleurs exposées	Fleurs spéciales Roses Grandes plantes	Fleurs spéciales Roses - Plantes	Roses - Œillets Plantes	Œillets Fleurettes	Toutes fleurs
Fleurs vendues	Fleurs spéciales Roses	Roses Œillets	Œillets Fleurettes	Fleurettes Œillets	Toutes fleurs
Pourcentage vente pour cadeaux	> 80 %	Env. 70 %	Env. 60 %	Env. 50 %	— 50 %

Les fleuristes de la classe A sont peu nombreux. Ils ont une clientèle disposant de revenus élevés et ne vendent que de très belles fleurs. Les roses, en effet, représentent de 30 à 50 % de leur chiffre d'affaires. Eux seuls vendent en quantité appréciable des fleurs rares, des orchidées par exemple ; l'œillet, même de très belle qualité, tient une place réduite dans leur étalage et les fleurettes n'entrent que dans des compositions à des prix élevés.

Les fleuristes de la classe B s'adressent à une clientèle plus large et leurs ventes sont plus diversifiées. La rose reste toutefois la fleur la plus vendue mais l'œillet vient en deuxième position bien qu'il soit volontairement peu mis en valeur. Les fleurs rares sont exceptionnellement vendues et sont surtout destinées à la décoration de la vitrine. Quelques bouquets de fleurettes complètent l'assortiment offert.

Les fleuristes des classes C et D, les plus nombreux, vendent surtout des œillets mais aussi des fleurettes pour la décoration des maisons.

Les *libre-service-fleurs* sont toujours installés dans les quartiers résidentiels aisés et s'efforcent de proposer aussi bien la *fleur-cadeau* que la *fleur d'intérieur*. Ils offrent un choix très étendu et pratiquent fréquemment des prix bas, en particulier pour les fleurettes afin de lutter contre la concurrence des marchés.

Dans tous les magasins dont on vient de préciser les caractéristiques de vente, des plantes en pots, vertes et fleuries, complètent l'assortiment.

Quelle que soit sa classe, le fleuriste conseille son client. Dans tous les cas il essaie d'accroître la valeur totale du bouquet. Les roses « font plaisir à tout le monde », il invoque des raisons d'esthétique pour inciter à prendre un nombre impair de fleurs, ce qui lui permet d'en vendre une de plus. Quand la saison est défavorable à la production des fleurs coupées qui de ce fait augmentent de prix, la marge bénéficiaire du fleuriste diminue. Alors il conseille à la clientèle d'acheter des plantes fleuries qui lui permettent de conserver son taux habituel. Les hausses saisonnières de prix ont d'autres conséquences, elles déterminent le choix des espèces. Le consommateur en effet tient à rester dans la classe de fleurs qu'il a choisie. Il est exceptionnel qu'il abandonne la rose pour l'œillet ou l'œillet pour la fleurette. Dans ce cas il préfère réduire le nombre de fleurs à acheter.

Il est donc évident que les variations saisonnières de prix et plus particulièrement les hausses déterminent une restriction du marché de la fleur. Or beaucoup de consommateurs n'achètent des fleurs chez un fleuriste qu'au moment des grandes fêtes, c'est-à-dire au moment précis où, du fait de l'importante demande, les prix sont les plus élevés. *Le consommateur, frappé par le prix excessif des fleurs en garde un mauvais souvenir, considère cet article en définitive comme un produit de luxe et ne s'adresse plus à lui que lors d'occasions spéciales*

« quand il ne peut pas faire autrement ». Enfin, l'acheteur en retire la conviction que les fleurs achetées chez un fleuriste sont beaucoup plus chères qu'au marché, ce qui est souvent erroné.

L'analyse du dernier achat a été faite dans les mêmes conditions que celle réalisée pour la *fleur d'intérieur*, ce qui rend les comparaisons possibles et intéressantes. Pour un quart de la clientèle le dernier achat remonte à moins d'un mois, pour un autre quart à deux mois, pour 40 % à plus de trois mois : 10 % n'ont pas acheté. L'influence du niveau de revenu sur la date du dernier achat est très forte, comme dans le cas des fleurs achetées pour la décoration de la maison :

	1 mois ou moins	1-2 mois	Plus de 3 mois	Non-achat
haut revenu	50 %	15 %	30 %	5 %
bas revenu	20 %	25 %	45 %	10 %

Ici, les œillets l'emportent sur les roses, 35 % contre 20 % ; les glaïeuls viennent ensuite avec 10 %, les autres fleurs 15 % ; les plantes en pots 20 %. Le dernier achat a été réalisé par 75 % de la clientèle chez un fleuriste, par 15 % au marché, par 10 % ailleurs. L'étude du prix consacré au dernier achat prouve que l'on dépense plus pour la *fleur-cadeau* que pour la *fleur d'intérieur :*

de 3 à 5 F : 30 %	de 15 à 20 F : 10 %	de 25 à 30 F : 5 %
de 5 à 10 F : 20 %	de 20 à 25 F : 5 %	au-delà de 30 F : 10 %
de 10 à 15 F : 20 %		

La moitié des achats a porté sur un montant dépassant 10 francs ; c'est-à-dire plus du triple de ce qui est consacré par la même proportion de consommateurs à la *fleur d'intérieur*. A l'encontre de ce qui apparaissait pour l'achat de *fleurs d'intérieur*, le niveau de revenu a une influence sur le prix consacré à l'achat de *fleurs-cadeau*. 45 % seulement des consommateurs ayant de bas revenus consacrent plus de 10 francs à leurs achats de *fleurs cadeau* contre 70 % des consommateurs à niveau de revenu élevé. Le prix moyen des achats s'établit à 9 francs contre 2,65 F dans le cas de la *fleur d'intérieur*. Les achats d'œillets s'effectuent à des prix plus bas que ceux des roses : 80 % des achats d'œillets sont inférieurs à 10 francs, 35 % des achats de roses seulement sont inférieurs à 10 francs. La couleur préférée reste le rouge (30 % des œillets, 70 % des roses) puis vient le rose (20 pour roses et œillets), les autres coloris, ou les mélanges, représentent 50 % pour les œillets et 10 % pour les roses. On comparera enfin en un tableau le nombre de fleurs achetées pour la *fleur d'intérieur* et pour la *fleur-cadeau*, ce qui fait apparaître l'importance des petits bouquets dont le nombre de fleurs est inférieur à la douzaine

		Œillets	Roses
Nombre de fleurs :	6 ou moins de 6	20 %	40 %
	7 - 11	30 %	40 %
	12 ou plus de 12	50 %	20 %
Couleurs préférées :	rouge	30 %	70 %
	rose	20 %	20 %
	mélange rouge - rose	30 %	0 %
	divers	20 %	10 %

La comparaison des résultats des analyses des derniers achats résume de la façon la plus saisissante les deux comportements de la clientèle devant les achats de *fleurs-cadeau* et de *fleurs d'intérieur* comme le montre le tableau ci-dessous.

	Fleur d'intérieur		Fleur - Cadeau	
Niveau de revenu ..	Influence sur la fréquence d'achat. Pas d'influence sur le prix consacré		Influence sur la fréquence d'achat et sur le prix consacré	
Quelles fleurs sont achetées ?	fleurettes	45 %	œillet	35 %
	œillet	30 %	rose	20 %
	rose	très peu	fleurettes	très peu
Lieu d'achat	marché	50 %	fleuriste	75 %
	fleuriste	25 %		
Prix consacré	3 F ou moins : 65 %		Plus de 10 F 50 %	

Ainsi les populations urbaines ont toutes un goût vif pour les fleurs, mais leurs achats sont étroitement liés en quantité comme en qualité, aux revenus. La forte concurrence des autres fleurs, fleurs séchées, fleurs artificielles, et des plantes en pots, reste un facteur limitatif de l'expansion du commerce floral, partant de la floriculture.

Les résultats de l'enquête de l'O.T.V. sont un élément décisif dans l'étude du commerce floral. Il est intéressant cependant de les comparer à d'autres données fournies par d'autres sources.

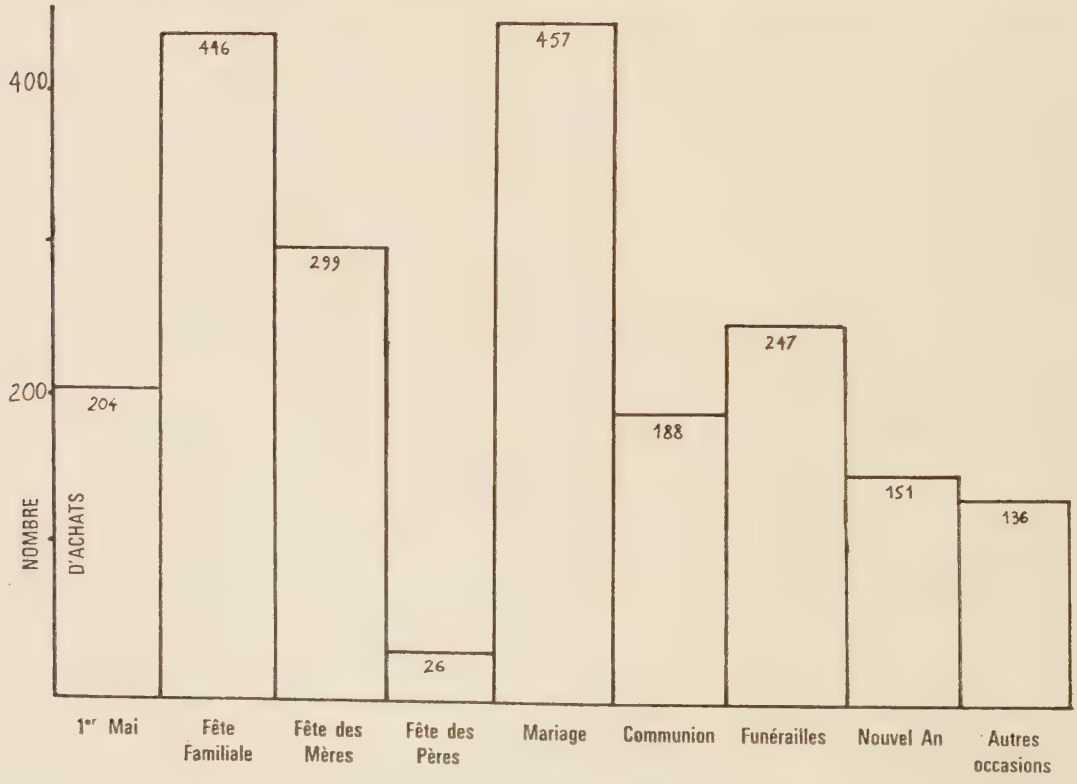


Figure 24 : Nombre d'achats en fonction de la date.

Les attitudes de la clientèle européenne sont identiques à celles des Français. Plusieurs enquêtes personnelles, dont une auprès d'un organisme publicitaire privé belge, ont fourni des résultats analogues. En Allemagne et en Belgique par exemple, 2 % de la population n'apprécient pas les fleurs comme élément décoratif et 79 % aiment recevoir des fleurs. Sur 750 personnes questionnées en Belgique, 150 n'achètent jamais personnellement de fleurs. Lors des cadeaux, roses et œillets sont également appréciés avant les tulipes, les fleurettes et les plantes en pots. Au moment des grandes fêtes annuelles, la clientèle, à 52 %, choisit de préférence les œillets, proportionnellement moins chers que les roses, et lors de l'achat d'un cadeau, 20 % choisissent régulièrement des fleurs, 35 % parfois, 19 % jamais. La répartition des achats de *fleurs cadeau* en Belgique, calculée pour 750 personnes, donne une indication précise sur les grandes dates d'achats et sur le commerce des fleurs. Il importe pour apprécier à sa juste valeur ce tableau de tenir compte de l'absence des achats de la Toussaint. Dans l'ensemble les fleurs en bouquets sont deux fois plus souvent achetées et offertes que les arrangements floraux. La clientèle nord-européenne reste divisée en deux catégories, le niveau de revenu fournissant le clivage nécessaire. Les populations à bas revenus restent encore plus nombreuses que celles disposant de revenus élevés. Or, le quart des ouvriers n'achète jamais de fleurs par besoin de décoration, se satisfaisant de quelques plantes à bon marché, et 4 % du total des ouvriers seulement achète avec régularité des fleurs.

Beaucoup d'acheteurs restent prisonniers de la tradition : 30 % sont acquéreurs de muguet le Premier Mai, 44 % de chrysanthèmes à la Toussaint. Les renseignements obtenus aboutissent aux mêmes conclusions que l'enquête française à propos du lieu d'achat : le fleuriste n'est sollicité que par 46 % des consommateurs pour l'achat de la *fleur d'intérieur*, tandis qu'il reçoit 81 % de la clientèle pour la *fleur-cadeau*. Plus qu'en France, les acheteurs se tournent vers les plantes vertes ; lors des visites, 26 % d'entre eux offrent des bouquets, 23 % des plantes en pots.

3. Le calendrier des achats

L'achat des produits ornementaux répond à des préoccupations diverses. Entre les motifs d'achats de *fleurs d'intérieur* et les achats de fleurs destinées aux cadeaux ou à la vie de relations existent de très grandes différences. La clientèle est dirigée dans ses réactions par des sentiments subjectifs liés à la mise en contact avec les produits floraux. C'est le phénomène de la tentation. Des nécessités d'achat, à d'autres moments, se présentent. Dans l'ensemble de l'année, il y a des périodes d'achats plus fréquentes que d'autres. La maîtresse de maison, dans une certaine mesure, hésite l'hiver à l'achat de fleurs périssables ou fragiles, elle préfère des plantes en pots plus durables, ou tout autre élément de décoration moins délicat. Par contre la présence de la couleur est surtout créée par la masse de fleurs fraîches, malgré quelques plantes en pots au feuillage vif, coloré, comme les *crotons* ou certains *bégonias*, mises sur le marché depuis peu. Ainsi, les clients appartenant aux classes aisées à haut pouvoir d'achat et résidant dans des régions où l'ensoleillement et la couleur sont rares en hiver subissent la tentation d'achat de fleurs fraîches. A l'inverse, des populations moins aisées et disposant de moins de possibilités d'achat de produits somme toute superflus, essaient de trouver d'autres moyens pour égayer l'intérieur de l'appartement à l'aide de produits moins chers et surtout plus durables.

Le commerce des fleurs coupées tient compte, en période normale de marché, c'est-à-dire en dehors des périodes de fêtes religieuses ou de cérémonies civiles, de ces habitudes d'achats. En hiver, l'essentiel du commerce se fait à partir des régions méditerranéennes en direction de la Scandinavie, de la Suisse, de l'Allemagne Fédérale, également vers le Royaume-Uni, pays à haut niveau de vie et à climat brumeux, tandis que les autres pays reçoivent moins de fleurs, ou bien des fleurs de seconde qualité et moins chères, ainsi que des feuillages.

La production horticole s'oriente donc, dans la mesure où les techniques de culture permettent d'organiser un calendrier de production, en fonction d'une date ou d'une période déterminée, vers les moments de l'année où la demande est forte et généralisée. Toutefois, il est difficile d'imaginer que les plantes à fleurs ne produisent pas d'une manière presque continue des boutons. Dans les intervalles séparant deux fortes périodes de demande, le commerce s'efforce d'écouler une production moins importante mais qui, à certains moments, du fait d'un événement climatique, peut rapidement s'accroître et avoir tendance à saturer le marché. L'ensemble des régions méditerranéennes est surtout capable, dans ces périodes de calme, de provoquer des oscillations importantes de l'offre qui se répercutent obligatoirement sur les prix.

On parvient ainsi à l'*un des éléments essentiels* de l'explication du commerce floral, et du même coup du calendrier de la production. La ménagère, la maîtresse de maison, hésitent, en *temps normal*, à acheter des fleurs, parce que les possibilités de conservation en hiver sont limitées. Le chauffage des appartements est redoutable et si l'on ne prend garde, les fleurs se fanent rapidement dans les vases. Comme la ménagère ne consacre qu'un budget limité à l'acquisition de fleurs, elle hésite donc à renouveler trop fréquemment ses achats. Dans la mesure où les prix baissent, la tentation d'achat renaît. Si, pour la même somme, ou une somme légèrement supérieure, la ménagère peut en une quinzaine de jours se procurer à deux reprises des fleurs au lieu d'une, ce qui lui revient au même du point de vue financier, elle consomme en réalité deux fois plus de fleurs. Si l'ensemble, ou la plus grande partie de la clientèle réagit de la même façon, on peut imaginer les répercussions d'une telle attitude sur le commerce floral européen. Il risque tout simplement de doubler dans les périodes d'atonie du marché. Autrement dit, *l'ensemble des conditions actuelles du marché est susceptible de modifications dans la mesure où les prix seront abaissés.* Cette loi toute simple n'a pas été, dans son ensemble, comprise par les professionnels, producteurs et commerçants. Ceux-ci préfèrent organiser leur attitude, et fixer leurs prix, en fonction de quelques pointes de vente quasi obligatoires, sachant qu'ils se rattraperont ainsi en quelques jours, d'une longue période de mévente ou de bas prix. Ce calcul, s'il est profitable à la plupart, ne convient pas à la clientèle pour qui l'achat de fleurs se traduit toujours par l'idée d'une grosse dépense, tandis que l'étalage de prix moyens sur une plus longue période modifierait l'attitude des acheteurs.

Cette position commerciale est celle de commerçants à courte vue et non celle d'hommes d'affaires avisés ; elle se traduit en fin de compte en défaveur des professionnels parce que la clientèle trouve d'autres sujets de satisfaction ou, plus simplement, s'en passe. Dans la mesure où les produits horticoles ornementaux seront traités comme des produits industriels, ou presque, c'est-àdire où leur prix plus bas qu'au taux habituel sera constant (quelles que soient les périodes de vente), le commerce floral se trouvera bouleversé, au profit de la production et du commerce. Déjà certains organismes de commercialisation ont tenté, avec des fortunes diverses, de réaliser des contrats avec les fournisseurs pour offrir à la clientèle de magasins à succursales des fleurs à un prix régulier. Cette tentative est, sans aucun doute possible, l'annonce de profonds changements dans la structure des courants commerciaux des produits ornementaux, mais aussi dans l'attitude de la clientèle vis-à-vis des produits de la floriculture.

Pour l'instant, et pour reprendre des idées déjà énoncées, les achats répondent à deux types de besoins, la vie familiale et la vie de relations. Il existe des périodes où la clientèle porte de préférence ses achats sur les fleurs coupées. Ce sont celles où les fleurs sont à un prix moyen ou bas par suite d'un encombrement du marché résultant d'une surproduction locale dans une région horticole lointaine ou proche. Ce sont aussi des situations de marché qui se retrouvent fidèlement reproduites chaque année. Le renouveau printanier est une période où la tentation des fleurs, le besoin d'évasion vers la nature au sortir de l'hiver, poussent à des achats que l'on hésitait à consentir jusqu'alors. Cela correspond aussi à la période où les régions méditerranéennes, en mars-avril connaissent leur principale production. De la sorte ces deux éléments se conjuguent pour déterminer un commerce particulièrement actif, d'autant plus qu'au printemps se placent les Fêtes Pascales, les autres fêtes religieuses, et en particulier les Premières Communions. En outre, cette période débouche en mai-juin,

car suivant les pays la date n'est pas placée au même moment, très judicieusement d'ailleurs, sur la Fête des Mères. Ainsi, le calendrier des productions et du commerce au printemps, pendant deux mois et demi à trois mois est très actif. C'est une période où aux fleurs des régions méditerranéennes alors en pleine production viennent s'ajouter les fleurs de serre ou les premières fleurs de plein air des régions péri-urbaines. En trois mois, les horticulteurs réalisent de quarante à cinquante pour cent de leur chiffre d'affaires et, plus encore, l'essentiel de leurs bénéfices.

Puis, rapidement, le commerce ralentit son activité. Des facteurs naturels et sociaux en sont la cause. Les éléments naturels tiennent à la fin de la production horticole méditerranéenne. Le plus souvent la mise en culture a en effet été réalisée de telle façon que les plantes fournissent des fleurs d'octobre à mai-juin, suivant les espèces et suivant un calendrier de production plus ou moins continu. On dirige les périodes de floraison en conséquence par l'éboutonnage, les pincements, la taille, l'ombrage des plantations. De toutes façons, à part les plantes productrices pendant plusieurs années, les œillets américains ou les rosiers pour ne citer que les principales, dont le cycle de production s'étale sur deux à huit ans, les plantes s'arrêtent de produire. C'est le moment où l'horticulteur retourne sa terre, met en place les nouvelles plantations pour la production automnale. Ainsi, dans l'ensemble, la production des principales espèces florales diminue dans les régions méditerranéennes. Il n'en est pas de même dans les régions septentrionales où l'essentiel de la production, comme on a pu l'expliquer déjà, est placé dans le semestre estival, c'est-à-dire pendant la période où les nécessités du climat n'obligent pas à de trop importantes dépenses de chauffage ou d'éclairage. L'Allemagne, la Suède, la Suisse placent leur production horticole de Pâques à la Toussaint. Les restrictions aux importations de produits ornementaux en provenance des pays tiers se placent dans ce semestre, car il s'agit de protéger l'horticulture nationale. En réalité, les droits de douane sont de moins en moins importants à cause d'abord de la constitution de la C.E.E., et parce que les productions nationales ne suffisent plus à satisfaire la demande locale. La production étrangère qui a voyagé en été, arrive moins fraîche que les produits locaux, et par voie de conséquence, est commercialisée à moindres prix ; elle ne vient pas perturber la production locale. Ainsi, en été, bien que le commerce à longue distance se maintienne, il est moins puissant, moins cohérent sur une vaste échelle, pour des raisons de production.

Il existe une seconde cause plus importante encore. Les masses de clients du semestre hivernal ont désormais d'autres préoccupations que celle de s'enfermer dans un intérieur douillet. La période de plein air, de vie dans les jardins des villas, des grands déplacements des vacances, n'est pas favorable au commerce horticole. La clientèle disparaît des régions où elle demeure habituellement, elle a moins de raisons de développer la vie de relations, dans son ensemble. La demande en produits ornementaux est moins forte, sauf dans le domaine très particulier de la pépinière, et cela pour les mêmes motifs. Voilà donc un des éléments déterminants du commerce horticole, car *la civilisation des loisirs* tendant au déplacement et au dépaysement, *va à l'encontre des intérêts des floriculteurs*. Il y a là un motif d'appréhension pour les professionnels, et ils ne s'en cachent pas. Il faut créer des occasions d'achat nouvelles, soit en développant certaines fêtes comme par exemple l'Assomption, qui devient de plus en plus l'occasion d'achats de fleurs, soit en fournissant à la clientèle des bouquets composés, de peu de fleurs, et à bas prix. Au cœur de l'été seules les vitrines à vente automatique et réfrigérées sont capables de remplir de telles fonctions. Elles commencent à apparaître sous l'impulsion des organismes de commercialisation néerlandais et allemands ; ainsi se trouvera vivifié un commerce estival assez atone pour l'instant.

A l'orée de la période froide, qui commence très tôt en Europe nordique, les habitudes traditionnelles d'achats relancent l'activité commerciale. Le mois d'octobre est un des mois essentiels du calendrier pour les horticulteurs, les expéditeurs et les détaillants. Les feuillages ornementaux sont l'objet d'un commerce très actif. Les tons « d'automne » des feuillages colorés et vifs, entrant en harmonie avec les éléments du décor mobilier, sont très recherchés. On

en fait un grand commerce. Les plantations méditerranéennes mises en place à la fin du printemps entrent en période de production pendant la deuxième moitié du mois. L'attente impatiente des fêtes de la Toussaint et de celle des Morts est la preuve de l'importance qu'elle revêt pour les horticulteurs. Plantes en pots, plantes fleuries, et en particulier les chrysanthèmes, fleurs coupées enfin, sont l'objet d'une demande très forte dans la dernière semaine d'octobre. Les prix doublent, et cependant la clientèle se dispute les fleurs. Les produits qui n'ont pu trouver preneur au moment des deux premiers jours de novembre sont utilisés quelques jours plus tard dans la préparation, dans la plupart des pays d'Europe Occidentale, des gerbes pour les cérémonies du 11 Novembre. Tout aussitôt après, le commerce s'effondre ; la production ne ralentit pas en proportion, à moins qu'un coup de froid ne vienne arrêter la montée de la sève dans les bourgeons, situation espérée par les horticulteurs. Commence alors l'attente des fêtes de fin d'année où les deux causes habituelles d'achats vont se trouver réunies. D'une part la clientèle de *fleur d'intérieur* pense à fleurir les demeures pour les réunions familiales, d'autre part la vie de relations intense, en particulier pour l'adresse des vœux de Nouvel An va provoquer une demande très forte de fleurs de haute qualité. Les prix suivent la demande et s'élèvent en conséquence.

Toutefois, cette période si décisive dans le commerce floral a tendance à évoluer. Depuis quelques années, la fête de Noël est de moins en moins l'occasion d'une fête familiale et les familles passent Noël en dehors de leur demeure, le plus souvent dans des stations de sports d'hiver. La principale catégorie de consommateurs de fleurs de qualité n'est pas en mesure d'effectuer les achats de produits ornementaux ; par contre une demande de fleurs se produit quelques jours plus tard par une série d'appels adressés aux fleuristes par le canal d'organismes comme *Interflora,* pour livrer des fleurs de haute qualité aux personnes que l'on ne peut toucher directement par une visite. Ainsi les fleurs sont moins demandées aux environs du 25 décembre mais plus sollicitées vers la période du 31 décembre au 4 janvier. L'évolution du commerce est assez sensible vers le commerce des fleurs de luxe. Par ailleurs, le prix élevé des fleurs pousse une part très importante de la clientèle à choisir d'autres formes de cadeaux et en particulier les produits de la confiserie. Cette évolution du commerce floral provient du prix des fleurs mais aussi de conditions sociales nouvelles apparues depuis quelques années.

Passé cet afflux de demandes, le commerce ralentit son activité parce que beaucoup de maîtresses de maison qui ont consenti de gros frais dans tous les domaines hésitent à des dépenses superflues, ensuite parce que les fleurs se sont raréfiées. Il s'agit alors pour les fleuristes de tenter le client par des artifices. Ainsi, très lentement, les professionnels mettent sur pied la fête de la Saint-Valentin. Ils sont aidés dans leur publicité par des organismes officiels comme la Loterie Nationale Française, qui, pour les mêmes raisons, cherche à développer la vente de ses billets. La publicité permet donc aux deux groupes d'intérêts de répandre une habitude d'achat. Dans l'état actuel des choses l'évolution des achats au moment de la Saint-Valentin est très lente. Pourtant de gros efforts ont été consentis, en particulier sous l'égide de l'*Interflora,* pour récompenser un couple de fiancés autour duquel l'environnement publicitaire porte essentiellement sur les fleurs. Cette fête ne connaît pas la réussite du Premier Mai.

Le Centre National du Commerce Extérieur a publié, en 1965, dans le *Bulletin Fleurs et Feuillages* un rapport sur *l'évolution saisonnière de la consommation des fleurs et plantes en Allemagne Fédérale, Belgique, Grande-Bretagne, Suède et Suisse.*

Cette étude prouve que la consommation des produits horticoles d'ornement subit de très fortes fluctuations saisonnières ; toutefois les périodes où les ventes de fleurs et plantes sont les plus importantes correspondent généralement à des fêtes célébrées à des dates déterminées, fixes ou non.

Le calendrier établi dans le tableau ci-après pour cinq pays européens, gros consommateurs de produits horticoles d'ornement, permet de constater que les principales dates entraî-

nant un accroissement de la vente de fleurs et plantes sont à peu près les mêmes qu'en France : fêtes de fin d'année, fête mobile de Pâques, fête des Mères et Toussaint.

Allemagne Fédérale	Belgique - Luxembourg	Grande-Bretagne	Suède	Suisse
Jour de l'An	Jour de l'An Saint-Valentin	Jour de l'An Saint-Valentin	Jour de l'An	Jour de l'An Saint-Valentin
Pâques	1er Mai	Pâques		Pâques
Fête des Mères	Fête des Mères	Fête des Mères		Fête des Mères
Pentecôte	21 juillet (Fête Nationale)	Mariages (mars et avril)		1er Août (Fête Fédérale)
Toussaint	Toussaint	Toussaint	Toussaint	Toussaint
Sainte-Elisabeth (19 novembre)	11 Novembre			
Sainte-Catherine (25 novembre)				
25 Décembre	25 Décembre	25 Décembre	25 Décembre	25 Décembre

En Allemagne Fédérale les trois périodes où les ventes des produits horticoles d'ornement, fleurs et plantes, augmentent, sont par ordre décroissant d'importance : Noël, la Fête des Mères, et Pâques. Après une période de vente active en mars-avril qui correspond en partie à l'influence de la fête mobile de Pâques, les ventes subissent un ralentissement en été pour reprendre et s'accroître ensuite jusqu'à la fin de l'année. Si l'on tient compte de l'autoconsommation et de la part de la production vendue directement au consommateur par les horticulteurs, la consommation locale d'été est en fait plus forte.

Dans les régions à prédominance de population catholique, Rhénanie et Bavière en particulier, la Toussaint est un jour de vente important surtout pour les fleuristes détaillants qui vendent des "arrangements". Dans ces mêmes régions les *Communions* et dans les régions protestantes, les *Confirmations* ainsi que les fêtes des *Saintes Elisabeth* (19 novembre) et *Catherine* (25 novembre) entraînent un petit accroissement des ventes. Les résultats de la publicité faite pour la *Saint-Valentin* (14 février) restent jusqu'ici assez faibles à l'exception de Berlin où la coïncidence avec la Semaine Verte permet une petite pointe dans les ventes.

En Grande-Bretagne les fêtes qui, au cours de l'année, provoquent une activité plus grande dans la vente des fleurs et plantes en pots sur le marché de Covent-Garden sont les suivantes :

Noël : Cyclamens, Jacinthes, Azalées, Poinsetias.

Saint-Valentin : toutes les fleurs sans distinction coupées ou en pots.

Fête des Mères : Jacinthes, Primulas, Chrysanthèmes.

Pâques : Surtout des fleurs blanches, Hortensias, et les Jacinthes si les fêtes de Pâques sont très tôt.

Mariages : pointe au mois de mars et début avril en raison des avantages fiscaux sur le revenu de l'année précédente accordés aux nouveaux mariés car l'année fiscale en Angleterre va du 1er avril au 31 mars inclus, mais il y a quelques jours de battement pour les premiers jours d'avril, jusqu'au *Budget Day*. Il n'y a pas de vente bien déterminée sur les fleurs et plantes en pots, ce sont surtout les fleurs coupées, blanches qui priment et les petites plus

particulièrement sont très recherchées, *freesias, stephanotis, lis, roses, œillets.* La Toussaint et les cérémonies funèbres entraînent également un certain accroissement des ventes de fleurs et plantes. Les chrysanthèmes en pots sont très recherchés pour la décoration des pierres tombales.

Suède : Les fêtes suédoises sont à peu près les mêmes qu'en France, si l'on tient compte que le 6 janvier, jour de l'*Epiphanie,* est un jour férié comme le 24 juin et le 26 décembre. Les consommateurs suédois et surtout les ménagères achètent des fleurs et des plantes fréquemment et par petites quantités. Hommes et femmes profitent de toutes les occasions de la vie sociale pour en offrir. Pendant l'été, de juin à fin août, les achats chez les fleuristes sont plus faibles que pendant le reste de l'année. La période des gros achats se situe en novembre, décembre et jusqu'en février. De juin à septembre, une partie de la clientèle est approvisionnée par la production de son jardin, d'autre part, les achats sont plus nombreux sur les marchés où les horticulteurs écoulent eux-mêmes une partie de leur production.

Suisse : Il n'est pratiquement pas d'événement social où l'invité n'apporte ou ne fasse envoyer des fleurs. Aussi les événements courants de la vie : simple visite entre amis, maternité, mariage, anniversaire, sont-ils autant d'occasions pour acheter des fleurs, sans oublier, dans les grandes villes, Lausanne, Genève, Zurich, Bâle, tous les événements de la vie culturelle et politique, et les conférences internationales.

Les fêtes à l'occasion desquelles, traditionnellement, on offre des fleurs sont la Fête des Mères, la Toussaint, Noël, le Nouvel An, Pâques, Pentecôte, la Fête Nationale le 1er août, les communions. Pour la Fête des Mères, selon les années et suivant les prix, la préférence des consommateurs se tourne soit vers les fleurs, soit vers les plantes en pots. Les achats de fleurs à l'occasion de la Toussaint sont plus importants en pays catholique qu'en pays protestant, où par ailleurs, l'incinération est largement pratiquée. Dans ce dernier cas, à côté de l'urne funéraire est placée une plante, de préférence à des fleurs.

En Suisse l'évolution mensuelle de la consommation est d'ailleurs assez différente pour les plantes et les fleurs. Le tableau montre l'évolution observée de 1959 à 1963. Les mois ont été classés par ordre décroissant selon l'importance du chiffre d'affaires mensuel de la vente des plantes à la Bourse de Zurich, pris comme base de la consommation helvétique. Toutes les plantes sont de production locale.

1959	1960	1961	1962	1963
Mai	Mai	Mai	Mai	Mai
Décembre	Décembre	Décembre	Octobre	Décembre
Mars	Octobre	Octobre	Décembre	Avril
Octobre	Avril	Mars	Avril	Mars
Avril	Mars	Septembre	Septembre	Octobre
Juin	Septembre	Avril	Mars	Septembre
Septembre	Novembre	Février	Novembre	Novembre
Novembre	Février	Avril	Juin	Février
Février	Juin	Novembre	Février	Juin
Août	Juillet	Janvier	Août	Août
Juillet	Janvier	Juin	Janvier	Juillet
Janvier	Août	Juillet	Juillet	Janvier

(Source : Rapports annuels de la Bourse aux fleurs de Zurich.)

Pour les fleurs coupées le calendrier a été établi suivant l'estimation de la consommation suisse en fleurs fraîches, évaluée à quinze fois le chiffre d'affaires mensuel des ventes de fleurs à la Bourse de Zurich, à laquelle a été ajoutée la valeur des importations suisses de

fleurs fraîches. Comme dans le tableau précédent, les mois ont été classés suivant l'ordre décroissant de leur importance dans la consommation des fleurs pour les années 1959 à 1963.

1959	1960	1961	1962	1963
Mars (*)	Avril (*)	Mars (*)	Avril (*)	Avril (*)
Mai	Mars	Décembre	Mars	Mai
Avril	Décembre	Mai	Décembre	Décembre
Décembre	Mai	Avril	Mai	Mars
Février	Février	Février	Février	Février
Juin	Octobre (7)	Janvier	Janvier	Janvier
Janvier	Novembre	Novembre	Novembre	Novembre
Novembre	Juin	Juin	Juin	Octobre
Juillet	Janvier	Octobre (7)	Octobre (7)	Septembre
Octobre	Juillet	Septembre	Juillet	Juillet
Septembre	Septembre	Août	Septembre	Juin
Août	Août	Juillet	Août	Août

(*) Fête mobile de Pâques.

(Source : Rapports annuels de la Bourse aux fleurs de Zurich.)

La comparaison de ces deux tableaux fait ressortir qu'entre 1959 et 1963 c'est le mois de mai, avec la Fête des Mères, qui a été la période de pointe pour la consommation des plantes, alors que la vente des fleurs a été surtout importante à Pâques. Cette période correspond en général également à la réapparition des fleurs de production locale. Dans les deux secteurs, la consommation est faible pendant les mois d'été.

L'année de vente, ainsi parcourue, montre que les périodes de très gros achats se résument à quelques moments très brefs. Sur un calendrier de production étalé sur douze mois, la période de forts achats n'excède pas au total trois mois. Pendant près de dix mois la production doit être limitée ou bien doit offrir des fleurs à bas prix. Il est donc très intéressant de constater que les fleurs n'ont pas encore subi, comme la plupart des produits agricoles, une uniformisation dans la période d'achats. En effet, sans prendre pour base de comparaison les grands produits alimentaires, et si l'on examine la consommation des produits maraîchers, on s'aperçoit que les habitudes d'achat s'uniformisent. Certes, comme pour les fleurs, il persiste encore des "saisons" de production, pendant lesquelles on trouve des produits couramment, et à des prix moyens, mais dans les "intersaisons" de production, les mêmes légumes peuvent être commercialisés de deux façons : sous forme de "primeurs" à un prix très élevé pour une clientèle à haut pouvoir d'achat qui réagit un peu comme la maîtresse de maison devant la *fleur cadeau* mais surtout sous forme de produits de conserve, en boîte ou en bocal. Telle est la grande différence avec les fleurs qui demeurent dans leur très grande majorité périssables. Les plantes en pots peuvent leur être assimilées car si elles ne sont pas vendues au moment pour lequel elles ont été forcées, elles encombrent l'exploitation et ne permettent pas de mettre en route un nouveau cycle de production. Si la ménagère trouve les primeurs trop chères elle peut se rabattre sur les légumes en boîte, mais si elle trouve les fleurs à un prix trop élevé, elle n'en achètera pas du tout. Pour le producteur et le commerçant, la réaction de la clientèle est donc très différente. Elle se traduit pour le commerçant par une absence de vente dans le second cas, et par un bénéfice dans le premier. *Les produits horticoles ornementaux ne peuvent pas être assimilés aux autres*

(7) Importation contingentée jusqu'au 25 octobre seulement.

produits de la terre, ils constituent bien un ensemble du commerce très original, sans parler des conditions de production dont on a démontré les difficultés et les éléments d'individualisation dans le monde agricole.

Il est donc essentiel d'examiner avec intérêt tous les éléments de la commercialisation des produits horticoles. On ne peut en effet les considérer comme un simple produit agricole susceptible d'être transformé, stocké, mis en boîte et commercialisé au moment opportun, si besoin est quelques années plus tard ou, à tout prendre, revendu dans d'autres parties du monde à moindre prix. Les fleurs n'admettent pas ce genre d'avilissement, elles demeurent un produit de luxe et doivent subir un régime particulier. Il ne peut exister de *primeurs* en matière de fleurs, la clientèle n'attend pas l'arrivée de la floraison de telle fleur particulière, comme elle peut attendre l'arrivée des pommes de terre nouvelles. Elle a des fleurs de remplacement qui, répondant à d'autres cycles de culture, prennent le relais dans l'approvisionnement. Le partage de la production entre des régions méditerranéennes et nordiques permet de proposer à la clientèle les fleurs qu'elle réclame ou souhaite disposer dans ses vases, avec les coloris qu'elle a l'habitude de demander.

Autrement dit, le *calendrier de production s'efforce pour l'instant de se superposer au calendrier des achats* et tous les efforts des professionnels tendent à inverser le problème, c'est-à-dire à provoquer les achats quand il existe des fleurs en grandes quantités. Voilà un des aspects les plus originaux, mais aussi les plus délicats, de la commercialisation des produits horticoles.

Pour l'instant, toute étude de la commercialisation des fleurs doit partir d'une connaissance approfondie des périodes d'achats en regardant à chaque reprise quelle est la *couverture* de ce calendrier par la production. L'horticulture est un domaine où en principe il ne peut y avoir constitution de stocks à partir des invendus. Tout doit se vendre. Cela ne veut pas dire pour autant que les fleurs sur le point d'être fanées ne sont pas bradées à vil prix. Elles servent au *mortuaire*. Les fleuristes en effet utilisent dans la constitution des couronnes mortuaires les fleurs de second choix, après une savante préparation qui leur permet de leur donner un aspect présentable pour la durée de la cérémonie. Certains professionnels justifiant l'utilisation de ces fleurs et pratiquant un humour macabre, affirment que dans ce cas l'intéressé ne peut se plaindre de la médiocre qualité des fleurs !

Les marchés de production connaissent parfois la destruction des fleurs invendues, mais le cas est exceptionnel car les producteurs parviennent à commercialiser l'essentiel de leurs fleurs en s'adressant à divers moyens de vente. Il est exceptionnel que les fleurs invendues soient détruites. Ni à Nice, ni à Aalsmeer, on ne détruit beaucoup de fleurs. A Nice, la *resserre* d'un jour est souvent épongée les jours suivants ; à Aalsmeer où l'on n'accepte pas le retour des fleurs le lendemain on les détruit en fin de marché quelle que soit leur qualité mais on n'en brûle pas en fait le millième des apports. On peut affirmer qu'en matière d'horticulture ornementale les fleurs sont toujours vendues. Point n'est besoin en ce domaine d'attaquer les mairies à coups d'œillets ou de bégonias ou de barrer les routes, comme cela se produit dans d'autres domaines de l'agriculture spéculative ! Les mécontents sont peu nombreux et les horticulteurs, dans leur année, font leurs affaires, peut-être certains plus timidement, mais les différents métiers de l'horticulture ornementale nourrissent bien leurs hommes.

Il est donc désormais indispensable, une fois démontré que l'horticulture apparaît comme moins soumise à la production mais dépend étroitement de plus en plus de la commercialisation, puisque la clientèle détient la réussite du monde des producteurs, de déterminer quels sont les différents modes de commercialisation, avec leurs avantages et leurs inconvénients. Le passage de la fleur des mains des horticulteurs à celles des expéditeurs, responsables de toutes les opérations de transport et de mise en contact des fleurs avec la clientèle, diffère selon les régions. L'étude des différents marchés de production, c'est-à-dire de la mise en route de la fleur à partir de l'exploitation, puis des réseaux de transport, et enfin des divers types de mise en contact des fleurs avec les clients, s'impose pour la compréhension de la *Géographie de la Fleur*. Chaque groupe de producteurs dispose

d'habitudes particulières de commercialisation, mais le plus souvent, en dépit de techniques très différentes, les systèmes de commercialisation sont à peu près identiques.

Les produits horticoles ornementaux sont l'objet d'un commerce européen très complexe, mais ils aboutissent dans les mêmes places de commerce. Les fleurs sont vendues avec facilité le plus souvent, le marché n'étant pas saturé. *La demande peut encore croître dans d'énormes proportions, car elle est le résultat d'une réaction individuelle qui peut provoquer si elle est bien orientée le développement du commerce floral.* Les fleurs sont l'objet de campagnes publicitaires, tantôt sur une espèce (les tulipes), tantôt sur une période d'achat (la Saint-Valentin ou la Fête des Mères), tantôt sur une habitude (« Dites-le avec des Fleurs »). Toute la publicité répond au souci d'amplifier le volume des fleurs commercialisé. Si les habitudes d'achat peuvent être modifiées il est, par comparaison, délicat d'obtenir l'amplification dans d'autres domaines agricoles comme la consommation des primeurs, des fruits, des artichauts ou des pêches pour ne citer que des produits au calendrier de production relativement surchargé. Fruits et légumes invendus peuvent être conservés et valorisés parfois sous la forme de jus de fruits ou de conserves de légumes. Bref, l'industrie alimentaire, dans son ensemble, utilise les produits agricoles comme matière première, et l'encadrement publicitaire répand des habitudes d'achats d'aliments *supérieurs* ou pratiques d'emploi, pour des produits qui à l'origine, se vendent mal. L'industrie des jus de fruits, celle des biscuits n'ont pas de répondant dans le domaine de l'horticulture. Seule, la transformation des fleurs en essences et concrètes de parfumerie peut donner une idée de l'utilisation des fleurs à des fins industrielles. Cependant, les régions de production de fleurs à parfums ne sont pas les mêmes que les régions de culture des plantes à fleurs coupées et la parfumerie fait de moins en moins appel aux essences naturelles, la chimie de synthèse lui permettant de trouver des matières premières plus abondantes, plus régulières, et moins chères. Ainsi s'explique la décadence de la culture des plantes aromatiques dans les Alpes-Maritimes autour du centre de l'industrie des parfums de Grasse ; les Italiens, devenus les premiers producteurs mondiaux de plantes aromatiques, produisent des fleurs difficilement vendues et qui ne peuvent servir à l'ornementation. Les Bulgares, pour leur part, poussent rapidement à une évolution vers la culture des rosiers d'ornementation, devant la régression ou la difficulté de la commercialisation des roses de parfumerie.

Encore une fois la difficulté de stockage d'un produit qui doit être vendu immédiatement et ne possède aucune échappatoire est un handicap pour l'horticulture. Sous peine de détérioration totale, les fleurs doivent être vendues fraîches. Les efforts de conservation artificielle des fleurs fraîches n'ont pas encore donné, en dépit de nombreuses tentatives dont on reparlera, de résultat sensible. Ainsi s'expliquent bien des attitudes des responsables de la commercialisation des fleurs, justifiant *l'utilisation de marges bénéficiaires considérables* par rapport au prix à la production, par le *souci de se prémunir contre les risques de détérioration* d'une partie des fleurs dont ils ont la charge, à un certain stade du déplacement de la marchandise du producteur vers le consommateur.

II. L'ORGANISATION DE LA DISTRIBUTION

17. LE MARCHÉ DE NICE. VUE AÉRIENNE

Les avantages du marché niçois apparaissent sur cette vue. En bas, à droite, les bâtiments du Marché d'Intérêt National sont entourés d'un vaste parc à voitures limité par la route des Alpes, franchie par le pont menant au Marché des Fruits et Légumes et par la voie ferrée, dont une brebelle parvient à la gare florale. La voie ferrée est contigue à la R. N. 7, elle-même doublée par l'axe routier du bord de mer. Les installations de l'aéroport complètent les possibilités de dégagement rapide des fleurs.

CHAPITRE PREMIER

LES TECHNIQUES DE L'OFFRE

Quand on considère les différentes façons dont on peut commercialiser les fleurs, on s'aperçoit que la plupart des solutions actuellement adoptées trouvent leur justification économique. Longtemps l'attitude des pouvoirs publics ou des organismes interprofessionnels a été de considérer que les solutions nouvelles, récentes, plus spectaculaires parfois, constituaient un progrès sur les techniques les plus anciennes. En réalité, ce qui peut apparaître comme une routine est simplement une adaptation à des conditions particulières résultant de longs tâtonnements souvent étalés sur des dizaines d'années. Dans le monde rural la routine est souvent une fausse explication, c'est une mauvaise définition apportée par des esprits extérieurs au milieu considéré. Plus que de routine, on devrait parler de sagesse. Beaucoup d'innovations en ce domaine ont été à plus ou moins longue échéance des échecs ou des inadaptations.

La commercialisation des fleurs dans les régions méditerranéennes est réalisée suivant une méthode que l'on peut qualifier de traditionnelle, celle des autres régions d'Europe est différente. Il ne faut pas pour autant en conclure que les formes modernes de la commercialisation s'adaptent mieux que les anciennes pour mettre sur le marché une quantité croissante de produits horticoles. En changeant de région, on change d'hommes, de mentalité, de contexte bioclimatique. Il n'y a pas deux régions de production comparables en Europe. Ni les techniques de production, ni la masse des fleurs obtenues, ni les qualités ne sont comparables. Les transports font appel à des techniques différentes selon les régions. On ne peut comparer un produit en provenance de la banlieue parisienne et vendu aux Halles de la capitale avec des fleurs arrivant de la banlieue de Johannesburg ou de celle de Palerme. Des méthodes différentes de transports, des ruptures de charge, des manipulations provoquent la présentation sur le marché de produits dont le prix sera très voisin, ou peut-être même identique, ce qui ne veut pas dire pour autant que la marge bénéficiaire du producteur local est supérieure à celle du producteur lointain.

Tout un contexte de transports, de circuits commerciaux, d'intermédiaires, de types de transactions, intervient. Il ne donne pas toujours satisfaction à certains stades mais se traduit par la mise sur un marché déterminé de produits en provenance de régions très diverses. Les techniques de l'offre doivent donc s'adapter *régionalement* aux conditions *générales* de la commercialisation. Il ne peut exister de système stéréotypé et immuable. Toute modification d'un des maillons de la chaîne entraîne une transformation générale de la commercialisation et, en fin de compte, du prix des produits. Toutes les parties en présence sont solidaires d'un certain type de réseau, mais elles dépendent aussi de conditions exté-

rieures au monde horticole. La production, le commerce, la vente s'inscrivent dans une conjoncture nationale et parfois internationale qui ne tient pas toujours compte des seuls intérêts de l'organisation horticole. L'horticulture peut être la branche favorisée du monde agricole, elle peut subir aussi le contre-coup de décisions bénéfiques à l'ensemble des agriculteurs mais catastrophiques pour les horticulteurs. Selon que les horticulteurs sont puissants, groupés en organisations efficaces, ou peu nombreux dans une région, selon l'importance de leur audience politique, ils peuvent obtenir des avantages de toutes natures ou ne jamais bénéficier d'aides officielles. Possibilités de financement, de protectionnisme douanier, tout cet ensemble de décisions favorise les producteurs et les commerçants, permet à une région de mieux vendre ses produits qu'une autre. Les techniques de la commercialisation et celles de l'offre peuvent différer dans la mesure où des organismes extérieurs au monde horticole peuvent prendre certaines décisions.

Néanmoins deux grands ensembles sont aujourd'hui en présence pour la production ornementale, les deux Europes ; cela ne se traduit pas pour autant dans les faits par deux formes de commercialisation. Différents systèmes sont utilisés dans les deux groupes, et ils donnent inégalement satisfaction à leurs promoteurs. Pour essayer de démêler l'écheveau compliqué des techniques de l'offre, on s'appliquera tout d'abord à une étude des plus anciens systèmes. Comme les régions méditerranéennes de production ont été les premières à créer des circuits commerciaux elles sont à l'origine des premiers systèmes de vente. Ces systèmes s'inspirent des habitudes du monde rural de la fin du siècle dernier. Depuis lors, les techniques de vente ont été améliorées et transformées en s'adaptant aux conditions nouvelles du marché. Plus que les techniques de l'offre, ce sont d'ailleurs les systèmes de commercialisation qui ont évolué. Au début de ce siècle, très exactement en 1912, le second système de vente a été inauguré par les Néerlandais qui se sont efforcés par la suite de le promouvoir à l'étranger. A l'heure actuelle les deux anciens systèmes semblant donner inégalement satisfaction, bien que l'essentiel de la commercialisation soit à leur actif, d'autres réalisations sont mises sur pied, avec plus ou moins de réussite. Ces méthodes nouvelles sont rarement le fait des producteurs eux-mêmes, responsables de la création et du maintien des deux premiers systèmes ; elles sont mises au point par les expéditeurs chargés de la commercialisation et par les organismes de vente.

1. Les marchés azuréens

L'organisation progressive de la commercialisation a créé tout le long de la côte méditerranéenne un certain nombre de marchés aux fleurs que l'on doit classer dans la catégorie des marchés de production. En effet, ces marchés n'ont jamais été destinés à alimenter un commerce local pour la seule raison que les quantités de fleurs offertes étaient bien trop grandes pour être absorbées par une demande locale. Ils se sont développés en fonction de l'installation d'un réseau de transports cohérent. Le chemin de fer puis la route et maintenant l'avion leur permettent d'expédier au loin, en temps réduit, les fleurs produites par un ensemble d'horticulteurs d'autant plus nombreux que les possibilités d'expéditions sont plus variées et plus rapides. En Ligurie, trois marchés se sont constitués, capables d'évacuer une énorme masse de production, à San Remo, Vintimille et Vallecrosia. Il existe d'autres régions en Italie qui bénéficient des mêmes avantages de production, on serait tenté de dire de la même infrastructure naturelle et humaine. Or, on l'a vu, le développement de l'horticulture pionnière ne s'accompagne pas de la constitution d'une grande zone de production mais crée de petits ensembles floricoles dispersés dans le *Mezzogiorno*. La Ligurie a pour elle la constitution d'un réseau de distribution exceptionnel, et les autres régions, moins bien situées, subissent le handicap des difficultés d'expéditions.

En France méditerranéenne également, à Ollioules, Antibes, Nice, se sont établis des

marchés très importants pour expédier dans le reste du territoire et surtout, au début du siècle, à l'étranger, des fleurs coupées, denrées périssables. Plus loin seront examinées les difficultés rencontrées à l'heure actuelle par la commercialisation des produits horticoles ornementaux de la région méditerranéenne française. Pour l'instant il importe de préciser comment les marchés de production se sont établis, comment ils fonctionnent et quelle est leur importance.

a) Le marché niçois.

Ce fut longtemps le premier du monde par sa production. Il est aujourd'hui dépassé en quantité par le marché de San Remo et a un chiffre d'affaires comparable (peut-être supérieur) à celui d'Aalsmeer (130 millions de francs). On peut considérer deux étapes dans l'histoire du marché niçois, jusqu'en 1965, et depuis cette date. Jusqu'en 1965 le marché a été un marché urbain situé au cœur de la vieille ville. Depuis 1965 c'est un marché d'expédition réservé à la profession et en proie à une terrible crise de croissance (8)

Le marché du cours Saleya a représenté et représente encore pour beaucoup de Français et de touristes européens ce que la profession horticole peut offrir de plus beau au regard. Très longtemps en effet a été concentrée sous les deux halls situés au cœur de la vieille ville, en plein centre du quartier touristique, dans le désordre si typique de l'ambiance méridionale, dans la bousculade pittoresque et colorée, troublée par les appels en sonore patois, une production de masse surtout composée d'œillets. Ce fut l'âge d'or des coteaux niçois dont les milliers de bottes d'œillets déferlaient chaque jour de la semaine sur le cours Saleya. De 1.500 à 1.800 producteurs y amenaient bruyamment de petits chariots portant de 2.000 à 5.000 corbeilles de fleurs, chacune capable de contenir une quarantaine de bottes d'œillets de cinq douzaines. Pendant une heure à partir de 13 h 30 les expéditeurs qui avaient parcouru les rangs serrés des étalages pouvaient acheter les fleurs. Passé cette heure les acheteurs privés, citadins et touristes, pouvaient enlever le reste et vers 15 heures les dernières bottes étaient bradées au plus bas prix, ce dont profitaient quelques revendeurs et ambulants pour s'approvisionner à bon compte. Avec l'enrichissement des producteurs qui se traduisit par la constitution d'un parc automobile de plusieurs milliers de véhicules, avec l'introduction puis le développement des expéditions par camions, la place au cœur de la vieille cité se fit trop rare. L'annexion de la place de la Préfecture puis celle du quai des Etats-Unis, prolongement de la Promenade des Anglais en direction du Château, ne résolurent pas le problème du parcage des véhicules. Le marché du cours Saleya à partir de 1955 étouffait.

Alors en octobre 1958 le Conseil Général des Alpes-Maritimes décida de créer une *Bourse aux Fleurs* à Nice Saint-Augustin dans le cadre de la construction d'un Marché d'Intérêt National. En 1964 le marché aux fruits et légumes était terminé, en octobre 1965 *"le marché aux fleurs le plus grand du monde"*, au dire de ses promoteurs, était, dans le désordre, ouvert aux transactions. Plus de deux ans après son ouverture, les responsables de son fonctionnement sont encore au stade des tâtonnements et des expériences. Loin de commercialiser toute la production de la côte car Antibes a une criée qui fonctionne à plein rendement, tous les utilisateurs du Marché de Saint-Augustin se plaignent.

Le marché aux fleurs de Nice est composé d'un hall de commercialisation, d'une gare routière et ferroviaire, d'un bâtiment technique et de parcs à voitures.

La halle de commercialisation est construite en prenant appui sur la voie ferrée au sud et les trois bâtiments se coupant à angle droit sont fermés par une façade au nord, vitrée (9). L'espace protégé par les bâtiments couvre 12.640 mètres carrés. Il comprend un carreau réservé aux producteurs composant 1.708 emplacements tracés au sol, de deux

---

(8) R.H., 2-1967. Le marché-gare de Nice Saint-Augustin et *Inf. Hortic.* Côte d'Azur, 1-1967.

(9) Voir planches XVII, XVIII et XIX.

mètres carrés chacun, séparés par des allées de circulation. Autour des carreaux, les trois côtés du bâtiment sont une construction à deux étages. Au rez-de-chaussée, trente et un magasins sont réservés aux producteurs ou aux expéditeurs ; il existe en outre deux bars-restaurants, deux groupes de locaux commerciaux réservés à des commerces annexes (produits d'emballage, produits phytosanitaires, boutures). Quatre installations sanitaires et quatre blocs techniques, comprenant vide-ordures, monte-charge, et escaliers de service, répartis aux quatre angles, complètent l'équipement du rez-de-chaussée. Enfin, la circulation est facilitée par douze passages d'accès au carreau des producteurs, comportant une porte extérieure et une porte intérieure automatique, ainsi que deux sas pour la circulation et le stockage des chariots de transport entre les magasins et les façades extérieures.

Au premier étage cinquante-cinq magasins sont réservés aux expéditeurs de fleurs, une galerie de circulation périphérique de cinq mètres de large dessert les magasins, les accès aux monte-charge, aux escaliers et élévateurs de chariots ; une passerelle de desserte permet l'accès aux installations extérieures de la gare ferroviaire. Enfin on retrouve aux quatre angles les blocs techniques du rez-de-chaussée. Au deuxième étage se répètent les mêmes aménagements et dispositions que ceux du premier. Toutefois la superficie du hall réservé au premier étage à la gare ferroviaire est ici occupée par des magasins d'expédition. Ce sont donc soixante magasins qui équipent l'étage supérieur. Tous les magasins qui ont une hauteur libre de 4, 5 mètres permettent d'installer un plancher intermédiaire pour le stockage et l'emballage ou l'aménagement de bureaux.

Les manutentions de fleurs entre le rez-de-chaussée et les étages sont assurées par six élévateurs avec *accompagnateurs de chariots* dont quatre desservent le rez-de-chaussée et le premier étage et deux desservent le second étage à partir du premier. Quatre descenseurs ramènent automatiquement les chariots en position non accompagnée dans les sas du rez-de-chaussée.

A l'extérieur de la construction, un auvent périphérique de quatre mètres de largeur abrite les façades extérieures et les véhicules en cours de chargement ou de déchargement. Une installation de conditionnement d'air assure une ambiance uniforme de l'air dans les différents locaux. Ainsi l'équipement technique offert aux professionnels est tout à fait exceptionnel. Aucun marché dans les régions méditerranéennes ne présente une infrastructure semblable.

Les transactions une fois effectuées, les transporteurs disposent à leur tour d'une remarquable desserte routière, ferroviaire et aérienne. La gare ferroviaire comprend un bâtiment de 600 mètres carrés abritant les locaux de la S.N.C.F. et les bureaux des groupeurs-expéditeurs. Un ensemble de deux quais et de quatre voies est relié au premier étage du hall des Fleurs par deux passerelles d'accès couvertes. Les quais de quatre-vingts mètres sont couverts (1.100 mètres carrés abrités) et une aire de garage surélevée au niveau des quais permet l'accès aux installations de la S.N.C.F. par les véhicules routiers. Enfin une rampe d'accès fait communiquer les parcs à voitures à la gare ferroviaire.

Le bâtiment technique est situé sous l'aire de garage des installations ferroviaires. Il comprend trois locaux abritant le poste général de livraison d'électricité et le poste transformateur, les différents compresseurs, pompes et centrales frigorifiques desservant le conditionnement d'air du hall et des magasins, un atelier de réparations et d'entretien.

Les parcs à voitures ont une superficie de huit hectares et s'étendent au nord du bâtiment sur trois hectares et demi, et latéralement sur trois hectares. Ils comportent des voies d'accès à la route Nationale 202 et les allées de circulation autour du bâtiment (plus d'un hectare). Ces parcs sont reliés directement à ceux du marché des Fruits et Légumes par un pont routier enjambant la Nationale 202 permettant ainsi de franchir cette voie équipée en autoroute. La desserte ferroviaire du Marché aux Fleurs, impliquant le franchissement en surplomb de la route nationale, a nécessité la construction d'un pont au niveau et en parallèle de celui déjà existant et aménagé pour le franchissement des voies de la ligne Paris-Vintimille. Si l'on ajoute que la voie ferrée est bordée à son tour par l'auto-

18. LE MARCHÉ DE NICE. VUE EXTÉRIEURE LATÉRALE

Les acheteurs parviennent avec leurs camions et fourgonnettes jusqu'à l'auvent de protection pour effectuer les chargements. Les étages sont occupés par les locaux des expéditeurs.

route côtière elle-même desservant au sud l'aéroport de Nice-Côte d'Azur, on comprend la position exceptionnelle occupée par le marché aux fleurs de Nice-Saint-Augustin. Depuis janvier 1967, le classement du marché dans la catégorie des Marchés d'Intérêt Nationaux a renforcé la position juridique du marché vis-à-vis des utilisateurs, ce qui lui permet d'envisager une évolution rapide qui se traduira par un accroissement des ventes. Pendant la première année de son fonctionnement, les expéditeurs locaux ont été les seuls à s'intéresser aux transactions réalisées à Nice. Depuis la campagne 1966-67, des acheteurs étrangers, allemands, italiens, néerlandais ont fait l'acquisition de magasins dans le hall des fleurs, ce qui est l'indication d'un développement important des expéditions à l'étranger à brève échéance. Cet ensemble tel qu'il a été décrit et mis en fonctionnement en automne 1965 a tout de suite attiré les réserves de la part de tous les utilisateurs.

Tout d'abord pour que ce marché soit effectivement un marché international il faut que les acheteurs viennent de toute l'Europe. Or pendant la première année de son fonctionnement on a attendu en vain qu'un importateur ou un grossiste étranger à la région et plus encore au pays achète un box et réalise lui-même ses achats. D'autre part sur les quelque 150 expéditeurs attitrés fréquentant l'ancien marché Saleya, une vingtaine seulement ont pris la peine de s'installer sous les voûtes de Saint-Augustin. Ce sont tous les gros expéditeurs qui ont souvent au départ réalisé une bonne opération. L'abandon d'un local commercial situé dans le centre de la ville et la vente du matériel de transport devenu inutile ont largement procuré les sommes nécessaires à l'achat des locaux. Certains expéditeurs en ont acheté trois ou quatre à la fois. Cela a fait dire aux producteurs, non sans raisons, qu'un petit groupe d'expéditeurs exerçait une activité monopolistique, mieux oligolistique, sur les achats sur le marché. Plus d'une centaine d'acheteurs, expéditeurs dispersés le long de la Côte d'Azur ont conservé leur magasin, ne réalisant pas un chiffre d'affaires suffisant pour s'installer au marché gare. Cela est d'autant plus regrettable qu'en dehors de la perte de temps qu'ils subissent, leur groupement aurait réalisé cette unité horticole interprofessionnelle tant souhaitable pour la Côte d'Azur.

Par contrecoup les producteurs ont été surpris par un certain nombre de décisions que d'aucuns ont taxées de malheureuses. Il a fallu d'abord acquérir une carte d'acheteur et beaucoup d'acheteurs temporaires n'ont pas fait cette dépense puisque aux criées d'Antibes il suffit de se présenter, de payer et d'emporter la marchandise. Le volume des ventes a baissé ; le marasme a d'ailleurs été d'autant plus remarqué que pendant toute la campagne 1965-66 les conditions de culture n'ont jamais été favorables aux producteurs, provoquant la raréfaction de la marchandise en période de forte demande et inversement. Les producteurs ont dû acquitter les droits de stationnement pour leurs véhicules, des droits de cartes de producteurs qui les ont gênés, plus en apparence qu'en réalité. Ils se sont surtout trouvés en face d'un petit nombre d'acheteurs sans avoir l'espérance de la venue du client particulier comme au cours Saleya pour liquider leur marchandise.

Aussi pour des motifs touristiques mais aussi économiques, le marché de Saleya est resté. Tandis que les opérations commerciales se déroulent le matin entre 8 h 30 et 9 h 30 à Saint-Augustin, le marché étant vidé de sa marchandise vers 10 heures, les producteurs qui ont eu des invendus vont l'après-midi les proposer à la clientèle niçoise du cours Saleya. Il y a là une énorme perte de temps, un gaspillage inadmissible puisque certains producteurs ont un membre de la famille, et l'on sait que presque tous les cultivateurs sont des exploitants directs employant peu de main-d'œuvre salariée, en permanence occupé à des opérations commerciales. L'exploitation n'utilise donc pour la culture que 60 ou 75 %, parfois seulement 50 %, de sa capacité de travail : c'est un des points les plus délicats à résoudre.

Aussi les producteurs, dans le cadre de leurs revendications syndicales et professionnelles, ont-ils au cours de la première année obtenu un certain nombre de succès, devant la croissance du déficit de fonctionnement du marché. Le projet d'installation d'une criée au cadran est difficile à réaliser tant que les conditions de la production ne seront pas modifiées, l'offre étant beaucoup trop variée et diffuse. Il faudrait avec des cadrans, compte tenu du nombre de lots et du nombre de producteurs, au moins une matinée entière pour liquider

en cinq heures une production moyenne, enlevée en moins d'une heure par les méthodes d'achat actuelles.

Aussi les recherches d'une solution sont-elles aussi nombreuses que variées, la direction du marché ayant joué en cette affaire le rôle le plus délicat mais celui qui à la longue portera sans doute le plus de fruits : *en créant des difficultés à la profession dans toutes ses branches, elle a obligé chacun des horticulteurs et des expéditeurs à reposer les propres données de son travail. Elle a obtenu le regroupement de mouvements syndicaux, ce qui n'aurait jamais existé sans cette conjoncture. Elle a montré aussi les défauts du système de commercialisation actuellement en vigueur.* Tant que les horticulteurs et les commerçants ont réalisé leurs affaires dans un contexte que l'usage et l'expérience, avec ses adaptations avaient seuls constitués, personne ne songea à modifier un iota dans ses habitudes. Le jour où toutes les faiblesses furent étalées, période qui a correspondu au début des difficultés nées de la concurrence des autres régions et des autres moyens de commercialisation, les horticulteurs et leurs associés ont pris conscience de leurs difficultés, ont essayé et essaient — non sans heurts — de débrouiller entre eux une situation économique trop longtemps en apparence favorable. Leur réussite a masqué la formation d'un faisceau de difficultés aujourd'hui flagrantes. Les quelques responsables clairvoyants sont aujourd'hui récompensés par une situation économique et financière nettement supérieure à celle de la masse des producteurs moins aptes à discerner les contours de l'évolution.

La direction du marché souhaite faire du *Hall des Fleurs de Nice* un centre professionnel horticole de premier plan. Le regroupement des producteurs ne s'est pas encore réalisé, une partie seulement s'y rend, l'autre vend directement aux expéditeurs, livre à la commission à Paris ou à Lille, s'adresse surtout aux criées d'Antibes ; les commerçants s'approvisionnent aussi bien à Saint-Augustin qu'à Antibes ; la normalisation de la présentation des fleurs, celle des emballages ne sont pas encore réalisées totalement ; le *label* créé pour les fleurs *Marché d'Intérêt National Côte d'Azur* n'est pas un succès commercial et a été maladroitement exploité ; les détaillants ne peuvent s'adresser à d'autres réseaux de commercialisation que ceux qui étaient déjà établis avant l'ouverture du marché. Bref, la réussite du Hall des Fleurs n'est pas totale, le *marché niçois n'a pas créé le grand regroupement espéré.*

Il semble toutefois qu'à travers les difficultés, il évolue lentement vers une amélioration sensible des intérêts des professionnels. Son classement comme marché national a permis de placer un arbitre dans les conflits interprofessionnels en la personne d'un représentant de l'Etat ; les charges supportées par les producteurs ne devraient pas excéder 3 % de leur chiffre d'affaires et certains reconnaissent qu'elles n'atteignent pas ce chiffre, tandis qu'à Antibes les frais sont de 8 %, à Aalsmeer de 7 %. D'ailleurs la progression des ventes et la montée des prix sont un indice du développement du marché dont le chiffre d'affaires, pour autant qu'on puisse le déterminer, est de l'ordre de 130 millions de francs pour la campagne de 1965-66.

b) Les marchés d'Antibes.

Le marché antibois, composé de deux *criées*, est la soupape de sûreté du système de commercialisation azuréen. Il n'existe pas en Ligurie de marché similaire, par contre la commercialisation se fait selon les mêmes principes à Ollioules. A la différence des autres marchés français les deux criées, qui ont d'ailleurs de plus en plus tendance à fusionner, sont ouvertes à tous. Les producteurs peuvent quand ils le veulent et avec les quantités qu'ils désirent se présenter au marché d'Antibes. Les acheteurs n'ont pas besoin de prévenir et se présentent eux aussi quand ils en ont besoin. La force d un tel système réside dans cette possibilité de fréquenter ou de quitter le marché sans aucune obligation. Lors de l'ouverture du marché de Saint-Augustin à Nice, certains producteurs mécontents de la baisse brutale des prix ont approvisionné la criée principale d'Antibes. Certains diffuseurs directs, refusant d'acquérir la carte d'acheteur livrée à un prix jugé exorbitant (mille francs) sont allés porter leurs

19. LE MARCHÉ DE NICE. VUE INTÉRIEURE

L'équipement intérieur a été réalisé au prix de grosses dépenses : les producteurs disposent leurs fleurs sur le carreau, les acheteurs, carnet à souches à la main, retiennent les fleurs qui sont en fin de marché portées sur des chariots dans les locaux des expéditeurs. On accède aux étages supérieurs par des escalateurs à chaînes (l'un des quatre groupes est visible au fond, à droite). Le système de climatisation, dont les bouches sont fixées dans le plancher du premier étage, fonctionne rarement. L'absence d'un tableau indiquant les cours des autres marchés est une grave lacune.

achats sur le marché antibois. Ainsi, les criées ont eu tendance à étendre le volume de leurs ventes au moment même où la Côte d'Azur était dotée d'un marché fonctionnel et très moderne. L'impression de début ne s'est pas confirmée pour la seule raison que le marché antibois est trop irrégulier. En voici le fonctionnement.

Les apports de fleurs ont lieu dès les premières heures de la matinée et en réalité dès la fin de la nuit. Suivant la saison, surtout si la vente doit être très importante, la criée ouvre très tôt les enchères (à 6 heures, parfois plus tôt). Les lots sont déposés dans des corbeilles portant les noms et références du producteur. Avant l'ouverture de la criée un tirage au sort du numéro des rangées détermine l'ordre de passage devant le crieur. Un tapis roulant amène les fleurs devant les bancs en gradins des acheteurs face au crieur et aux secrétaires qui établissent les factures. Le crieur prend une botte ou un bouquet et annonce les enchères d'une voix incompréhensible pour le néophyte et à un rythme très rapide. Il adjuge d'un coup de bâton le lot à l'acquéreur le plus offrant. Parfois des contestations se produisent entre les acheteurs, plusieurs ayant fait un signe de la main pour un même prix. Le crieur fixe lui-même le choix de l'expéditeur qui emportera la marchandise. Au bout de la chaîne un manutentionnaire transporte le lot acheté dans le casier réservé à l'acheteur. Un lot de plusieurs bottes peut être partagé entre deux ou plusieurs acheteurs. En période de forte demande le lot est obligatoirement attribué à un unique acheteur.

Le crieur est d'autant plus intéressé à la bonne marche de l'enchère qu'il perçoit un pourcentage sur les ventes. Les enchères peuvent durer une matinée entière lors des périodes qui précèdent les grandes fêtes. Lorsque les expéditeurs n'ont pu s'approvisionner à Nice parce que la commande leur est arrivée trop tard, il est souvent encore temps de s'adresser à la criée antiboise, soit par un coup de téléphone auprès d'un confrère sur la place qui pourra effectuer l'achat, soit en allant directement (vingt minutes de voiture environ de Saint-Augustin à Antibes) effectuer l'achat. Lorsque le crieur voit entrer un expéditeur que l'on sait régulièrement fréquenter le marché de Nice, immédiatement les prix montent. On a même vu les prix monter en flèche lorsqu'un employé d'un expéditeur vient glisser une commande à l'oreille de son patron ! Tous les habitués savent que l'arrivée de tel ou tel expéditeur est le signe que les affaires seront bonnes ce jour-là. Du même coup une même marchandise peut au cours d'une matinée de vente connaître des dents de scie considérables. Le marché est beaucoup plus inégal que celui de Saint-Augustin où, tout compte fait, il y a plus de chance en trois quarts d'heure de transactions et avec trois à quatre fois plus d'acheteurs d'obtenir un prix moyen plus équitable. Certains producteurs préfèrent tenter la chance en s'adressant à Antibes où les prix plafond sont toujours plus élevés qu'à Nice, mais où les risques de mévente sont souvent plus nets.

La direction des marchés a livré une lutte très ferme contre le fardage et la mauvaise qualité et sans conteste les résultats ont été très nets et les criées ont maintenant la réputation de livrer dans l'ensemble une qualité de fleurs supérieure à celle de Saint-Augustin. Il est vrai, à la décharge du marché niçois, que les horticulteurs antibois sont surtout producteurs de roses sous serre et d'œillets américains, deux produits qui ne supportent pas une médiocre qualité et tout producteur est plus ou moins tenu s'il veut rentrer dans ses frais de gestion de vendre de la bonne qualité. *Les producteurs ont enfin la sécurité des paiements.* S'ils laissent 8 % du montant de la vente à la criée, ils sont sûrs de toucher le reste, tandis que les Niçois ne le sont pas et en viennent à hésiter entre les deux types de commercialisation. Il est un fait que le risque couru par les deux directions des criées est très grand : elles jouent en quelque sorte un rôle de banque fort délicat. Tandis que tous les quinze jours les producteurs peuvent entrer dans leur argent, certains expéditeurs font attendre leurs paiements pendant plusieurs mois. Il y a là un risque de découvert qui retombe sur les directions.

A Ollioules, un petit marché pour les fleurs de bulbes a fonctionné jusqu'en 1966 comme les marchés d'Antibes, depuis lors il a été transformé en *veiling*.

2. Les marchés italiens

a) Puissance et désordre des marchés.

Les marchés italiens dans leur ensemble présentent les mêmes techniques de vente que les marchés azuréens. Ils ne commercialisent pas la totalité de la production régionale. Le tiers, la moitié parfois, des produits ornementaux ne passe pas le carreau des marchés de San Remo, Vintimille, Pescia et Viareggio. Une part très importante en valeur est directement achetée par les commerçants expéditeurs. Cette tendance est décisive pour l'évolution de la production et du commerce. Si une partie des expéditeurs de fleurs fait confiance aux floriculteurs et leur achète la marchandise directement en leur demandant de la livrer dans le magasin ou en envoyant un employé la chercher en voiture, c'est dans l'assurance de trouver la marchandise recherchée. Aucune crainte ne se porte sur la qualité ; le floriculteur est arrivé à fournir des produits de bonne qualité et de valeur marchande élevée d'une manière continue. Le négociant peut lui faire confiance et achète sans avoir à comparer avec les autres productions présentées sur le carreau du marché. Dans ce cas l'expéditeur achète la marchandise sans la voir, même pas sur échantillon, et il se préoccupe seulement de l'emballer. La confiance est réciproque. En effet, le producteur compte que le négociant lui paiera sa marchandise au cours le plus élevé du marché, ayant fourni les meilleures de ses fleurs pour ce type de transaction. L'acheteur n'offre pas toujours des prix très élevés. Ainsi les *marchandises qui pourraient faire monter les cours,* parce qu'elles représentent la meilleure qualité, *n'apparaissent pas toujours en grande quantité sur les marchés de production.* L'établissement des prix s'en trouve modifié, et même altéré. Les marchés de production reçoivent toutefois l'essentiel de la marchandise, avec toute la gamme des qualités. L'ensemble des marchés italiens est dans ce cas.

La localisation des marchés de production est assez particulière. La Ligurie et la Toscane monopolisent toute la commercialisation. L'Italie du Sud, dont on connaît le rapide développement horticole, ne dispose pas de marché de production. Seul le marché de Rome peut remplir ce rôle pour les producteurs du Latium. Dans le Sud la production a éclaté en un très grand nombre de points dispersés et les régions des Pouilles, de Calabre, de Sicile sont très loin des centres de consommation. La commercialisation des fleurs prend une forme particulière, les métropoles urbaines de l'Italie du Sud n'absorbant qu'une petite quantité d'une production destinée aux exportations et non pas à la satisfaction de la demande locale. La production sarde est obtenue non pour Cagliari mais pour la Suède ! Les producteurs de l'Italie du Sud doivent chercher à obtenir un prix de revient pour leurs fleurs en fonction d'éléments différents de ceux utilisés par les horticulteurs de Toscane et de Ligurie. Si dans l'ensemble, à San Remo comme à Pescia, les prix s'établissent en fonction de l'habituelle loi de l'offre et de la demande journalières ou à faible échéance, par contre en Italie Méridionale, les prix doivent être l'objet de contrats passés entre les producteurs, souvent groupés en grosses sociétés, et les acheteurs représentés par des firmes de commercialisation puissantes. Cette position originale fait échapper l'Italie du Sud au monde méditerranéen traditionnel et annonce des possibilités nouvelles de commercialisation. Pour l'instant cependant, les fleurs italiennes, dans leur très grande majorité, sont commercialisées suivant les modalités établies à San Remo et en Ligurie, les autres marchés utilisant des méthodes identiques.

Alors que la production italienne permet à la grande puissance méditerranéenne de figurer comme l'un des principaux exportateurs du monde, les marchés, fait paradoxal, ne se sont pas développés proportionnellement à l'horticulture italienne. Ni à San Remo, ni à Vintimille l'on ne rencontre de constructions modernes capables de répondre à une masse de transactions de l'ordre de plusieurs milliards de lires dans l'année. Seuls les marchés des régions secondaires de production, à cause d'une masse commercialisable plus faible présentent l'infrastructure la plus moderne. Pescia et Viareggio disposent de bâtiments modernes, vastes et récents permettant de commercialiser correctement les produits locaux.

Les discussions autour de la vétusté du plus grand marché méditerranéen par la puissance de ses transactions, celui de San Remo, n'ont pas encore fait naître le projet décisif de construction d'un ensemble adapté et fonctionnel. Si les relations routières étaient rapidement améliorées du côté français, sur la Riviera ligure les travaux sont en cours, le marché de Nice pourrait capter l'essentiel de la production ligurienne et devenir non seulement en valeur mais encore en tonnage le premier marché du monde. Ces éléments d'organisation et de réussite du marché niçois au moment de l'élaboration du Marché Commun devraient être mieux exploités et les Niçois ne devraient pas les méconnaître. Le percement du tunnel routier du Mercantour qui raccordera aisément le système routier français au réseau autoroutier de la plaine du Pô, et la présence de l'Aéroport International de Nice-Côte d'Azur sont des éléments qui militent en faveur du marché niçois au détriment du marché de San Remo qui ne peut trouver de situation semblable en Italie, même en développant ses relations avec Gênes.

b) LE MARCHÉ DE SAN REMO.

L'extrême morcellement de la propriété, le grand nombre de petites exploitations et la diversité de la nature des terrains cultivés se reflètent, conformément aux habitudes et à la mentalité de la population rurale, dans la manière utilisée pour vendre les produits de la floriculture ligure. Un marché, pour la commercialisation d'un produit aussi délicat que les fleurs, devrait être vaste et spacieux afin de favoriser le mouvement des échanges. L'organisation de la culture et celle de la commercialisation imposent la nécessité à la plus grande partie des floriculteurs, soit environ six mille personnes, de se rendre chaque jour au marché en portant, en moyenne, pendant la pleine saison, de deux mille à trois mille paniers, avec des pointes dépassant quatre mille.

Cette marchandise n'est ni homogène ni standardisée à cause des conditions de la production, elles-mêmes dépendant des phénomènes naturels et des hommes. Pour être bien vendues les fleurs doivent être correctement exposées aux regards des acheteurs éventuels. Ceux-ci doivent pouvoir se déplacer rapidement d'un côté du marché à l'autre pour compléter une commande ou vérifier un prix. Ils doivent accéder rapidement aux postes téléphoniques pour les communications urgentes avec leur clientèle. La circulation aux abords du marché doit également permettre l'afflux et l'évacuation de la marchandise. En effet, lorsque l'espace est rare, les producteurs ne peuvent s'installer toujours à la même place, les acheteurs ne les retrouvent plus d'un jour à l'autre, les fleurs n'atteignent pas les prix espérés parce qu'elles ont été commercialisées dans de mauvaises conditions. L'impossibilité d'un contrat rapide et continuel entre les différentes parties en présence provoque des distorsions de prix étonnantes : *les fleurs de la même qualité risquent d'atteindre des prix très différents au même moment sur le marché.* Il s'ensuit un sérieux discrédit et une perte de prestige pour les expéditeurs, et toute la profession horticole ligure est atteinte. Voir planches XX et XXI.

Il est nécessaire par ailleurs pour assurer le bon fonctionnement du marché, d'assurer un contrôle très strict de la marchandise afin d'obtenir une normalisation bienfaisante. Il est également indispensable d'établir des règles précises de paiement pour assurer la sécurité du vendeur contre les désagréables surprises auxquelles un excès de confiance peut aboutir en fin de saison.

Ces données théoriques sont loin d'être respectées sur le plus grand marché aux fleurs d'Italie. Chaque saison affluent pour la vente près de cinq cent mille paniers de fleurs, ce qui représente une moyenne quotidienne de deux mille deux cents. Toute la marchandise est transportée au marché par une cinquantaine de petits camions, dont beaucoup avec remorque et par plus de mille cinq cents véhicules de types très variés. Chaque jour sur le marché se pressent de quatre à cinq mille personnes. La moyenne journalière des apports ne donne pas une idée exacte de la réalité car en période de pointe leur nombre dépasse quatre mille paniers et six mille personnes. La pratique a confirmé qu'avec cinq mille personnes sur le carreau, il faut pour chaque panier qui couvre une surface unitaire d'un mètre carré, deux autres mètres carrés pour permettre les transactions. La surface de négociation du marché devrait être de

10 à 12.000 mètres carrés. Les voies d'accès des entrées et la viabilité intérieure devraient naturellement être adaptées à la quantité des véhicules qui apportent cette marchandise. Enfin, les services techniques, les bureaux devraient être améliorés. Or, les aménagements actuels du marché aux fleurs de San Remo, le plus important d'Italie et l'un des plus importants du monde, sont loin de répondre à de tels désirs. La superficie totale est de 7.209 mètres carrés, la superficie utile de 5.921 mètres carrés, et la superficie effectivement disponible pour les transactions, de 4.571 mètres carrés.

L'entrée pour les piétons et les charrettes par la Via Marsalia est étroite, donnant à angle droit sur la voie d'accès ; une autre, Via Volta est identique mais encore plus délicate en raison d'une très forte déclivité ; reste enfin un escalier pour les piétons, Corso Garibaldi. Les rues sont étroites, n'amènent pas directement au carreau du marché et sont déjà surchargées en temps normal par le trafic des véhicules urbains. Les parcs à voitures sont inexistants, exception faite de cent soixante places Piazza Colombo mais disputées par les citadins, les acheteurs et les revendeurs d'un marché de fruits et légumes. Les magasins pour la manutention et l'expédition des marchandises sont représentés par une trentaine d'installations de dimensions modestes et insuffisamment adaptées. Le personnel est très inférieur au nombre désirable, et il est de plus, dans sa plus grande partie, non qualifié.

Au lieu des douze mille mètres carrés nécessaires aux transactions, le tiers seulement est en réalité offert aux usagers. Une telle surface ne peut abriter que mille six cents paniers. Or les apports certains jours dépassent quatre mille (10) ! Les expéditeurs, pour travailler et se déplacer disposent selon les cas de vingt-six à quarante centimètres carrés par personne, selon qu'affluent deux mille ou trois mille paniers, tandis qu'ils devraient avoir chacun près de deux mètres carrés ! Ces inconvénients ont incité les petits producteurs à délaisser le marché de San Remo. Ils vendent leurs fleurs à des voisins qui se chargent de les transporter et d'écouler la marchandise à San Remo ou auprès des expéditeurs qui s'approvisionnent directement chez eux. On peut ainsi comprendre la baisse du nombre de cartes de producteurs, cédées pour cent lires par an, alors que la production est en augmentation.

Un millier de véhicules encombre les rues voisines en longues files qui obstruent le trafic. Voitures sur les trottoirs, dans les zones de stationnement interdit, en double file provoquent une impossibilité de circuler et de garer dans une zone d'un kilomètre autour du marché, et cela pendant la plus grande partie de la matinée, au cœur d'une cité de trente mille âmes. Deux gardes municipaux, quatre ouvriers salariés et dix saisonniers, sans qualification mais sans responsabilité, assurent la surveillance et le "bon ordre" tandis qu'une vingtaine de personnes entourent le Directeur et assurent l'administration du marché. C'est le même nombre de personnes qui assurent à Turin les mêmes activités, mais pour commercialiser dix fois moins de marchandises.

Les horaires sont absurdes. Les producteurs doivent se lever à la prime aube soit à deux ou trois heures du matin selon leur lieu de résidence alors qu'ils ont parfois travaillé jusqu'à onze heures du soir la veille. Les fleurs sont amenées dès minuit des alentours de San Remo, elles ne peuvent tremper dans l'eau jusqu'au moment des transactions. L'insuffisance d'espace provoque des détériorations dans les paniers. Cela justifie en partie la commercialisation de fleurs de moins bonne qualité. Les fraudes, fréquentes, et le fardage ne peuvent être décelés par un personnel peu nombreux. Tout cela encourage les acheteurs peu scrupuleux qui profitent des circonstances pour expédier des fleurs de choix inférieur à des tarifs de choix supérieurs. Des expéditeurs profitent des périodes d'intense activité pour s'emparer de la marchandise, promettre de hauts prix, et disparaître sans payer ; la carence du personnel de surveillance n'est pas seule à mettre en cause.

Cette situation milite en faveur de la construction d'un nouveau marché dont la nécessité s'impose depuis plus de vingt ans. Les organisations professionnelles et l'administration provinciale n'ont pas encore aplani tous les obstacles. Le ministère de l'Agriculture doit assu-

---

(10) Voir planches XX et XXI.

20. LE MARCHÉ DE SAN REMO

A San Remo, le désordre est plus grand qu'à Nice. Plus fréquenté que le marché azuréen, celui de San Remo est petit, sans équipements et mal conçu. L'entassement des corbeilles de fleurs, des producteurs et des acheteurs, gêne la bonne commercialisation des produits.

rer l'essentiel de la dépense, mais aucun projet immédiat n'est sur le point d'aboutir. On continuera encore longtemps à assister à ces terribles bousculades où la vente d'un bouquet de fleurs tient plus de l'exploit sportif que d'une négociation entre deux partenaires discutant du prix d'un produit de luxe.

c) Le marché de vintimille.

Il est beaucoup moins important que celui de San Remo. Les conditions de vente y sont du même coup meilleures. Les producteurs, en plus petit nombre, ne s'entassent pas et disposent d'un peu plus d'espace. La vente a lieu à 14 h 30 pour les fleurettes et les plantes en pots, à 15 heures pour les œillets. L'horaire convient mal à la commercialisation. Les fleurs doivent tremper toute la soirée et la durée de la nuit chez l'expéditeur en attendant les envois du lendemain. Ce décalage de près d'une journée entre le moment de l'achat et celui de l'expédition est nuisible à la bonne conservation des fleurs. Ce système a prévalu très longtemps à Nice où l'ouverture du marché Saleya était fixée à 13 h 30. Son abandon au profit de l'horaire matinal est une sage décision dans l'optique de la commercialisation que feraient bien d'imiter les professionnels de la Ligurie Occidentale.

Le marché de Vintimille ne réalise pas un volume de transactions supérieur au quart de celui de San Remo. Une grande partie de la production, la plus intéressante, est expédiée directement et ne passe pas par le marché.

Vallecrosia réalise elle aussi pour une faible part la commercialisation des fleurs autour de Bordighera. Toutefois, prise entre les deux principaux centres de commercialisation, Vintimille à l'ouest, et San Remo à l'est, cetie place a peu de chances de se développer.

Le handicap de la commercialisation des fleurs en Ligurie reste l'absence d'une continuité de la qualité des fleurs. Par exemple, dans la saison 1957-58, pour la première fois, le Danemark s'est présenté sur le marché allemand en exportant pour une valeur de 1.624.000 marks *d'asparagus plumosus*. Dans la même saison l'Italie a exporté en Allemagne pour 28.494.000 marks, soit en valeur dix-huit fois la valeur des exportations danoises. Pendant la saison 1962-63 le Danemark s'est inscrit sur les tables du commerce allemand pour 6.480.649 marks et l'Italie pour 52.635.255, soit huit fois seulement la valeur des exportations danoises. Les Italiens vont perdre à brève échéance le marché allemand de l'*asparagus plumosus* dont les Danois se sont fait une spécialité. Or l'asparagus danois est moins beau, moins lourd, moins coloré, dure moins longtemps que l'asparagus italien. Mais le Danemark a réussi à s'imposer en Allemagne parce que sa marchandise est scrupuleusement sélectionnée, normalisée, de sorte que l'importateur allemand qui passe commande à la G.A.S.A. (puisque c'est elle la responsable de l'effondrement du commerce italien), sait exactement ce qu'il recevra en échange de son argent. En cas de commande en Italie, il n'est pas sûr de recevoir ce qu'il a commandé. Les Néerlandais agissent de même pour les œillets et les roses, et profitent de plus de la proximité des centres de consommation allemands. Les enquêtes italiennes auprès des importateurs allemands prouvent que ceux-ci s'adressent plus volontiers aux expéditeurs néerlandais car ils ont la certitude de recevoir des fleurs sélectionnées et toujours conditionnées de la même façon. Ce n'est un mystère pour personne que certains grands fleuristes italiens passent commande à Aalsmeer !

La production italienne est en grande partie obtenue en plein air, davantage exposée aux agents atmosphériques, elle ne peut être aussi parfaite que les produits standardisés obtenus sous serre aux Pays-Bas ou au Danemark. Ces fleurs en revanche sont moins résistantes, les produits italiens sont donc susceptibles de supporter un plus long transport. Dans les périodes de marché médiocre, les producteurs de Ligurie ont tendance à ramasser les seules fleurs trop épanouies, espérant rencontrer une meilleure tendance de marché le lendemain. Ces périodes se produisent en général au moment des automnes et des printemps trop doux et humides. La marchandise est ainsi au départ déjà trop épanouie, il en résulte que les œillets, les anémones et les roses parvenus à destination dans les pays germaniques sont dépréciés et doivent être jetés.

A l'opposé, pendant les périodes qui précèdent les fêtes, ou pendant les périodes particulièrement froides, la tendance est à un ramassage total, même en boutons trop petits. Dans la meilleure des hypothèses il n'en sortira qu'une fleur imparfaite, sans couleur ; parfois même le bouton ne s'ouvrira pas. Les expéditeurs dans ces moments-là n'ont pas le temps de trier la marchandise et l'envoient directement à l'étranger. Arrivée à destination, par manque de sélection, elle jette le discrédit sur toutes les fleurs et sur l'ensemble des exportateurs italiens. Il est donc nécessaire sur les marchés de Ligurie de créer un label de qualité pour défendre la bonne production de la Riviera italienne. D'autre part, le grand nombre d'œillets cultivés et vendus dessert les intérêts italiens à l'étranger. Les Néerlandais ne cultivent que des œillets américains, dans leurs différentes teintes. L'importateur qui commande une variété rouge, reçoit effectivement les œillets commandés. En Italie, cela n'est pas possible en raison du trop grand nombre de variétés cultivées dont personne n'obtient une masse suffisante pour permettre des engagements durables de la part des expéditeurs. Certes il ne faut pas s'arrêter à quelques variétés seulement, mais il serait souhaitable de réduire leur nombre, en excluant les moins bonnes. Sur six à sept cent millions de plantes cultivées en Ligurie, il devrait y avoir place pour toutes les variétés de bonne valeur marchande.

Ces considérations sur le marché des fleurs en Ligurie laissent présager, au niveau des échanges internationaux, un assez grand nombre de difficultés rencontrées par les expéditeurs de San Remo et de Vintimille. Ils sont en fait sauvés par la croissance de la demande intérieure qui absorbe régulièrement les contingents traditionnellement dirigés dans le passé vers l'Allemagne et la Suisse. Les techniques de commercialisation très difficiles rencontrées à San Remo ne permettent pas d'envisager une expansion immédiate de la floriculture ligure. Cela explique en partie l'état stationnaire de l'horticulture en Italie du Nord, par rapport à la vitalité exceptionnelle de l'Italie Centrale et Méridionale.

d) Les marchés toscans.

Pendant très longtemps la production n'a pas été suffisante pour justifier des investissements dans la construction de marchés modernes dans les deux principaux centres de production horticole de Toscane. Depuis la seconde Guerre Mondiale, en raison de l'essor de la floriculture locale, mais aussi parce que les destructions de la guerre obligeaient à modifier l'infrastructure de la commercialisation des produits maraîchers et horticoles, les autorités municipales et provinciales ont décidé la création de deux marchés modernes. Le premier en date a été construit à Pescia et fonctionne depuis une quinzaine d'années à la satisfaction de la plupart des usagers. Suffisamment vaste pour recevoir en période normale de production les floriculteurs, il connaît en période de pointe, à la Toussaint et à Pâques, un gonflement des apports qui provoque un débordement des corbeilles sur les aires de parcage des voitures. Ses 4.000 mètres carrés abritent pour moitié les surfaces réservées aux négociations et pour moitié les services annexes, magasins des expéditeurs, agences bancaires, bureaux téléphoniques, bureaux de la direction. Le marché de Viareggio est plus récent encore, et ne fonctionne en fait depuis 1962. Voir planche XXI.

Les deux réalisations font honneur au goût architectural des Italiens, il pouvait difficilement en être autrement en Toscane, Les deux marchés bien situés au cœur de la région horticole qu'ils commandent sont les principales constructions italiennes en ce domaine. Il existe des marchés urbains antérieurs, comme ceux de Turin ou de Rome, mais ils ne sont pas destinés à recevoir une production massive de produits locaux, et de toute façon ils sont beaucoup plus petits, celui de Rome étant déjà largement saturé. En Ligurie aucune construction n'est envisagée à brève échéance et les marchés, par leur vétusté, provoquent le mécontentement des usagers. Le principe des ventes à Pescia ou à Viareggio est calculé sur les mêmes bases qu'en Ligurie ou à Nice. Il s'agit de présenter sur des tables au lieu de poser simplement les corbeilles à même le sol comme à San Remo les fleurs et les produits ornementaux, en particulier les feuillages. Les acheteurs distribuent leurs commandes en retenant la marchandise à l'aide de bulletins. Pendant longtemps, les principaux expéditeurs possédaient des entreprises locales, ou dans la banlieue florentine. Actuellement devant l'essor de la production estivale, et

1

21. SAN REMO

1. Quand la production est considérable, le marché étouffe et déborde dans les rues, comme on le voit ici, fin octobre.

2

21bis. LE MARCHÉ DE PESCIA

2. Petit, mais bien conçu, à l'échelle d'une région floricole modeste, le marché de Pescia satisfait tous ses utilisateurs. La pratique des ventes de gré à gré, chère aux méditerranéens, est facilitée par l'emploi de tréteaux d'étalage.

la réussite de sa commercialisation sur le plan européen, quelques expéditeurs de la Ligurie ont installé une succursale d'achat à Pescia. Les commandes sont complétées par téléphone sur ce marché à partir des ordres reçus à San Remo. De la sorte les marchés de Toscane pourraient apparaître comme complémentaires des marchés ligures. En réalité ils jouent un autre rôle, celui de diriger l'essentiel des approvisionnements sur la capitale italienne. La réalisation de l'autoroute du Soleil a été en ce domaine décisive. Elle permet en quelques heures de livrer les fleurs de Toscane à Rome, ce que la voie ferrée n'avait pu jusqu'alors que réaliser très imparfaitement.

Enfin, la réussite des marchés de Toscane et en particulier celle du marché de Pescia, est prouvée par les apports lointains. La Sicile, le Latium et même, à certains moments, la Ligurie expédient des fleurs sur le marché de Pescia pour trouver une commercialisation plus rémunératrice. Dans cette perspective on pourrait affirmer que si Pescia disposait d'un petit aérodrome à proximité, il pourrait centraliser la plus grande partie de la production floricole du Mezzogiorno qui ne passe pas par le système de la commercialisation par contrat de vente à long terme. Cette fonction, pour intéressante qu'elle soit, n'est pas pour le moment très importante.

Le marché de Viareggio a longtemps figuré comme une place secondaire en Toscane. L'habitude avait été prise d'acheter la marchandise le matin sur le marché de Pescia ; le complément des commandes s'effectuait l'aprés-midi sur le marché de Viareggio. Cela a jeté un discrédit sur la production de la Versilia et les horticulteurs de la région de Viareggio en ont longtemps pâti. Une tentative de réaction a été de remettre des horaires de marché identiques à ceux de Pescia. Cette modification réalisée depuis 1966 n'a pas donné pleine satisfaction. En effet les acheteurs ne peuvent se partager entre les deux marchés distants d'une quarantaine de kilomètres. Ils délaissent l'un au profit de l'autre et Pescia de la sorte renforce sa puissance. Du même coup les horticulteurs sont obligés de regarder surtout vers Pescia et le déplacement quotidien est trop long, même en utilisant l'autoroute. Tous ces éléments expliquent les mauvais prix pratiqués à Viareggio. Le cours des fleurs est de beaucoup le plus bas de tous les marchés d'Italie. Cela ne veut pas dire pour autant que la marchandise est médiocre. Il existe comme sur tous les marchés italiens une répartition très variable d'ailleurs suivant les saisons entre la moyenne, la mauvaise et la bonne qualité. Un dernier élément à retenir pour expliquer les difficultés de la commercialisation des fleurs en Toscane, tout au moins pour l'instant, est l'existence d'un très mauvais réseau de communications ferroviaires et surtout routières entre la Ligurie et la Toscane. Les livraisons par camions peuvent se faire pour l'Italie du Nord par l'autoroute Florence-Bologne, mais les liaisons entre Viareggio, La Spezia et Gênes rebutent les plus téméraires, au point que rares sont les expéditeurs qui essaient de réaliser des courants commerciaux continus entre les deux principales régions de floriculture en Italie. L'autoroute de contournement du Passo del Braco modifiera, à brève échéance, cette situation.

Quelles que soient les difficultés rencontrées par la commercialisation des fleurs méditerranéennes, la vétusté des marchés, et les reproches adressés aux responsables de l'organisation de la vente, les Rivieras française et italienne commercialisent le plus gros volume de fleurs du monde. Elles représentent en effet le plus grand ensemble horticole du monde, livrent les fleurs les plus chères comme les fleurs à bouquets les plus modestes, expédient les fleurs vers tous les marchés européens. C'est bien non seulement la plus ancienne région de production du monde, mais aussi la plus puissante. Sa faiblesse apparente provient de la séparation des Rivieras par une frontière. Le rôle historique de la frontière a pu expliquer l'essor de la Ligurie après celui de la Côte d'Azur française. Aujourd'hui, le rapprochement politique et économique franco-italien dans le cadre de l'évolution de la Communauté Economique Européenne est tel que bientôt les marchandises et les horticulteurs pourront, sans entraves, se déplacer de part et d'autre d'une frontière qui n'est même plus linguistique, la plupart des horticulteurs azuréens utilisant un patois d'origine piémontaise.

Des tentatives d'organisation de ventes aux enchères au cadran sont faites en France. A Antibes, voici trente ans, elles ont échoué. A Ollioules elles fonctionnent depuis

l'automne 1966, à Nice les études sont en cours. Peut-être parviendra-t-on, dans des variétés déterminées et faciles à standardiser à commercialiser les fleurs suivant ce système. La vente continuera toujours à s'effectuer selon les habitudes traditionnelles parce que les fleurs des régions méditerranéennes ne peuvent être assimilées au produit de serre de l'Europe du Nord. Les variations quasi quotidiennes de la qualité en fonction des techniques de culture en plein air ne permettent pas l'établissement d'un prix suivi et d'une qualité homogène sur de longues périodes. Si l'on peut assimiler la production de serre à une production semi-industrialisée, fournissant une marchandise presque standardisée, en qualité et en quantité prévisibles, on doit au contraire retenir que la production méditerranéenne est difficilement capable de répondre à ces deux impératifs. Reste à savoir si la tendance actuelle poussant à l'équipement des exploitations en abris vitrés ne permettra pas cette évolution décisive vers une production plus homogène. Cette mutation irait dans le sens recherché par les commerçants désormais capables d'offrir une masse régulière de fleurs, dont les prix pourraient baisser en période de vente moyenne. Ainsi serait attirée la clientèle qui en viendrait à assimiler les produits horticoles aux produits maraîchers dans ses habitudes d'achats.

Les transformations de techniques et de mentalité sont encore longues à obtenir, les régions méditerranéennes réagissent lentement. La mentalité méditerranéenne n'est pas encore gagnée à la cause de la coopération ni à la standardisation. L'esprit de libre entreprise va à l'encontre des désirs d'établissement d'une production uniformisée. Chacun veut produire dans la qualité et la quantité qu'il croit être les meilleures en fonction de ses techniques de travail. Ces éléments de force mais aussi de faiblesse sont inhérents aux régions méditerranéennes de production traditionnelle ; on ne les rencontre pas dans les régions pionnières qui ont d'autres conceptions. Si les fleurs sont une matière vivante difficilement adaptable aux impératifs de la commercialisation, les hommes, matière pensante, ne réagissent pas non plus uniformément aux mêmes impératifs du commerce. Cependant, ailleurs en Europe, d'autres groupes humains ont constitué, dans la discipline, d'autres systèmes de vente et de commerce.

3. Le marché néerlandais

a) Une entreprise méthodique.

Lentement constitué au début de ce siècle aux Pays-Bas par les producteurs maraîchers, le système de la *veiling* a maintenant gagné ses lettres de noblesse et conquis l'ensemble du marché Nord-européen. Le reste du monde lui reste assez opposé, et même les Etats-Unis, au marché longtemps archaïque, passent d'un réseau de distribution anarchique, comparable dans sa complexité à celui encore en vigueur sur les rivages de la Méditerranée septentrionale, à un réseau de circuits courts, où la centrale d'achat joue désormais, et de loin, le rôle essentiel (11). Les centrales ne discutent pas aux Etats-Unis avec les simples entreprises de production déjà très puissantes, mais avec des coopératives de producteurs regroupant, elles aussi, d'énormes intérêts. Voilà donc un système de distribution nettement capitaliste. Dans l'Europe du nord-ouest et plus particulièrement aux Pays-Bas les hommes sont trop nombreux. Chacun doit avoir sa part à la distribution de la richesse et l'organisation des circuits commerciaux s'est faite de telle façon qu'il y existe une juste répartition des bénéfices réalisant un incontestable équilibre social. La conciliation des

(11) Urich : Une révolution aux Etats-Unis d'Amérique : la distribution. Thèse Sciences Economiques, Strasbourg, 1962.

intérêts individuels, caractéristiques de l'organisation libérale des entreprises, et des intérêts communautaires, bien que difficile, a été obtenue.

La collectivisation a été réalisée au niveau de la commercialisation et a réservé à la libre initiative la production. Longtemps on épiloguera sur les avantages de la coopération, ils sont nombreux. Tandis qu'au niveau de la production chacun est responsable de sa réussite dans la mesure où son effort personnel lui permet d'obtenir une plus-value de son travail par une masse de production plus importante et une meilleure qualité, au niveau de la commercialisation, l'ensemble de la communauté horticole est solidaire devant "l'adversaire", c'est-à-dire le commerçant-expéditeur. Le système de vente directe n'existe pas, et de toutes façons, en dehors de cas exceptionnels il est quasiment impossible. La seule réussite d'un circuit court dont on reparlera est celle, exceptionnelle, du *Centre Horticole.*

En Hollande, la responsabilité collective de la vente s'est réalisée dans le groupement en une coopérative de vente. *Les producteurs s'engagent à ne pas commercialiser autrement que par le canal de la coopérative; Ils acceptent par ailleurs certaines de ses directives, concernant en particulier la normalisation de la production.* Il est très important, en fait, pour organiser la force d'un marché, de présenter des produits homogènes. Cette donnée apparemment aisée à réaliser est au contraire très difficile à obtenir dans certaines régions, dans les pays méditerranéens en particulier, où chacun est persuadé de détenir la meilleure méthode de production, de commercialisation et de réussite.

Dans un deuxième temps les coopérateurs ont compris que leur intérêt était une *limitation de la concurrence interne.* Si la coopérative recherche la puissance dans les ventes de façon à s'imposer sur l'ensemble du marché national ou même international, dans son sein il est bon d'organiser l'harmonie entre les membres. Limitation des surfaces des principales productions surveillée par les organismes syndicaux, recherche des variétés aptes à satisfaire le plus grand nombre par la couleur et la dimension des fleurs, sont des éléments essentiels pour la renommée du marché.

Enfin, et c'est peut-être là le véritable soutien moral et financier de la coopération, *aide aux horticulteurs en période de mévente par la constitution d'un fonds alimenté par des prélèvements proportionnels aux montants quotidiens des ventes.* De la sorte, les producteurs sont liés à la coopérative à laquelle ils doivent la totalité de leur réussite. Mieux encore, certaines coopératives entretiennent des relations très étroites avec les organismes privés ou publics chargés de préparer les nouveaux horticulteurs aux tâches qui les attendent. Les écoles professionnelles sont en partie subventionnées par les coopératives au nom des producteurs eux-mêmes. Dans le cadre d'une floriculture de plus en plus scientifique il est indispensable à chacun de posséder des bases professionnelles sûres. Les débouchés mêmes sont prospectés par les coopératives. Toujours à l'affût des nouveautés en matière de commercialisation, elles appuient les stations de recherches pour mettre au point des procédés de ventes originaux, recherches portant sur la prolongation de la conservation des fleurs par l'emballage sous gaz, sur les modes de vente par l'utilisation des vitrines réfrigérées, sur l'obtention des variétés par des récompenses attribuées aux obtenteurs ; toutes ces activités demeurent du ressort des coopératives. On reste confondu devant le déploiement d'une telle énergie en comparaison avec l'inertie, la passivité satisfaite des horticulteurs des régions méditerranéennes où les responsables de la production et de la commercialisation s'agitent beaucoup mais ont, jusqu'à présent, très peu réalisé.

Il appartenait à cette exceptionnelle race d'hommes née sur les rivages de la Mer du Nord de créer un système de production et de vente capable de satisfaire un grand nombre sans avantager quelques privilégiés. La leçon a porté ses fruits et les *veilingen* ou marchés coopératifs aux enchères éclosent aujourd'hui un peu partout dans l'Europe du Nord. Seuls les Néerlandais ont poussé leur système à fond dans l'organisation de la production et de la défense des intérêts des horticulteurs. Ailleurs on commercialise selon ce système, les autres avantages liés à la puissance de la coopérative ne sont pas encore mis en place.

Jeunesse du système dans la plupart des cas, mais aussi absence de région de production aussi cohérente qu'en Hollande du Nord.

Face à ce complexe système de production et d'offre, quelles ont été les réactions des acheteurs ? Ils ont dû, d'abord, se plier aux volontés de la coopérative ; ils se sont ensuite, à leur tour, organisés. Il est évident que le pullulement des petits expéditeurs méditerranéens ne se retrouve pas sur les gradins des criées néerlandaises où les acheteurs sont peu nombreux. En dehors d'Aalsmeer où les expéditions peuvent être adressées vers le monde entier, et en tout cas dans toute l'Europe, les acheteurs sont surtout des détaillants fleuristes des centres urbains locaux, désireux d'approvisionner leur magasin. La constitution d'un réseau d'expédition aussi complexe qu'au départ d'Aalsmeer ne s'est pas produite car en dehors des Pays-Bas et, dans une moindre mesure, de la Belgique, les *veilingen* se trouvent dans des régions de consommation où la production est très nettement déficitaire. Il s'agit de redistribuer localement une production péri-urbaine plus que de déterminer des courants d'expédition lointains. Les données ne sont pas comparables.

Les acheteurs, en tout cas, parce qu'ils sont peu nombreux, peuvent exercer une incontestable pression sur les prix ; ils ne s'en privent pas. *A Aalsmeer, les expéditeurs en utilisant des prix moyens et des marges bénéficiaires modestes, ont pu ainsi gagner certains marchés étrangers*, en France, au Royaume-Uni. Mieux encore ils sont en train de jeter les premiers jalons d'un renouveau commercial avec l'Europe Centrale. Les prix pratiqués, qui doivent rester compétitifs dans des places de commerce très lointaines parfois, doivent rester, au départ, moyens ou bas. Les producteurs font donc les frais de ces tendances. Les expéditeurs savent pertinemment que la montée de leurs prix entraînerait par contrecoup une désaffection pour les fleurs. *Ils sont donc responsables par-delà leur propre réussite, de celle des producteurs* qui leur sont liés, mais qui ne peuvent vendre autrement. De la sorte comme on le montrera à nouveau, *producteurs et négociants vivent nombreux* grâce à une production florale importante, partagent les risques de ce système de commercialisation, mais *sont solidaires, mutuellement, de leurs réussites.*

La preuve en est fournie par l'organisation des circuits de distribution nouveaux par les centrales d'achats des magasins succursalistes. Ces centrales doivent passer par le canal des expéditeurs des criées d'Aalsmeer et ne peuvent s'adresser directement aux producteurs pour leurs commandes. L'amplification des ventes est du même coup profitable aux deux partenaires des criées et la seule catégorie des producteurs n'est pas la seule à en tirer profit. Par ailleurs les producteurs sont mieux défendus vis-à-vis des centrales d'achats que s'ils constituaient des entreprises isolées.

Tout compte fait ce système de production et de vente est surtout valable pour une des régions du monde où la production horticole est surtout réalisée dans des entreprises devenues de véritables *usines à fleurs*. La technique, la science, la discipline des travailleurs, leur habileté manuelle, leur endurance, l'encadrement professionnel, administratif et syndical sont des avantages que l'on ne retrouve pas ailleurs dans le monde de l'horticulture. Toutefois, les floriculteurs d'autres régions d'Europe prétendent avec les moyens techniques dont disposent les Néerlandais, et les systèmes de commercialisation usités dans le monde méditerranéen, pouvoir obtenir une rentabilité plus grande des entreprises. C'est tout le conflit entre le libre-arbitre et la responsabilité personnelle, et le dirigisme accepté et la responsabilité collective. Plus que deux systèmes s'opposent deux mentalités, deux formes d'une même civilisation.

b) Le marché d'Aalsmeer.

Le marché d'Aalsmeer est composé de deux criées (*Veilingen*), la C.A.V. et Bloemenlust.

Dès l'après-midi, en prévision de la vente du lendemain pour les plantes en pots (pour la C.A.V.), dès les premières heures de la matinée pour les fleurs coupées, les producteurs arrivent sur leurs barques à fond plat chargées à ras bord de leur production. Le transport

des plantes se fait surtout par canot à moteur ou à gaffes. Les cargaisons sont déchargées dans un port couvert, à l'air parfois conditionné, précaution indispensable l'hiver. Les Coopératives disposent d'un service de ramassage qui aide les petits producteurs. Les fleurs coupées et les plantes en pots sont transportées par tapis roulant jusqu'à la salle des dépôts. Là, elles sont ensuite placées sur des chariots à étagères par le personnel de la coopérative qui les pousse, une fois l'ordre de passage établi par le tirage au sort, jusqu'au pied des tribunes au moment des ventes, à partir de 7 heures du matin. La vente se poursuit aussi longtemps qu'il y a de la demande. Les fleurs sont triées en trois choix et sont posées sur le chariot accompagné du *"livre de vente"* qui mentionne, sous le nom de la coopérative, le nom et l'adresse du producteur, son numéro d'immatriculation à la coopérative, les espèces et les variétés, leur quantité. Voir planche XXII.

Les acheteurs sont des marchands en gros, des détaillants, des exportateurs. Certains d'entre eux louent dans les bâtiments mêmes de la coopérative des locaux particuliers afin d'installer leur service d'emballage. Les fleurs peuvent y être soigneusement emballées et expédiées dans les moindres délais. La vente se fait très rapidement en silence grâce à l'appareil d'adjudication qui fait automatiquement une partie de l'ouvrage du vendeur public. La salle type est constituée de gradins avec sièges et pupitres contenant 120 à 180 places numérotées (les premières rangées sont louées à l'année).

L'*opsteker* ou directeur des enchères présente l'échantillon en le soulevant, annonce le choix, les défauts éventuels ; l'acheteur assis dans la tribune en face du cadran, qui dispose d'un bouton d'arrêt relié à ce cadran de vente, arrête l'aiguille sur le prix qui lui convient. Le cadran de vente est en effet gradué à sa périphérie de 100 à 1, représentant des cents. Dans l'intérieur du cadran se trouvent les numéros éclairables correspondant à ceux des places des acheteurs. L'aiguille en effet descend en décroissant des prix forts aux prix faibles. Le *maître de vente* et ses adjoints qui dirigent la vente en actionnant l'appareil du pied, connaissent immédiatement l'acheteur dès que celui-ci a arrêté l'aiguille, puisque le numéro correspondant s'illumine automatiquement sur le cadran. Très rapidement les fleurs défilent sur des chariots qui roulent sous l'appareil d'adjudication. Avant chaque lot le vendeur public indique le nom du cultivateur et la quantité du lot à vendre.

Pendant toute l'opération, au balcon situé dans l'angle de la pièce, les données utiles sont notées à l'aide de machines électroniques surveillées par le *maître de vente*. Les bons d'achats sont automatiquement transportés vers un bureau de comptes où ils sont enregistrés. Sur le livre de vente sont inscrits les produits vendus, leur quantité, le numéro codé de l'acheteur, le prix à l'unité et le prix total. Tous les règlements ont lieu dès la fin de la vente. La banque effectue toutes les opérations et les machines électroniques permettent même au maître de vente de prévenir un acheteur dont le compte s'est dégarni en cours de matinée ! Les marchands ambulants qui ne viennent qu'occasionnellement paient comptant. La vente de plantes en pots s'effectue de la même façon, mais elle n'a lieu en principe que deux jours par semaine, le mardi et le jeudi.

Les frais de l'énorme travail administratif sont supportés par un prélèvement de 7 % ou 8 % sur le montant des ventes. Dans ce total est inclus le financement du fonds de dédommagement. En effet, grâce au L.E.I. (12) une commission horticole composée de responsables de la coopérative fixe les prix limites dits prix marginaux à ne pas dépasser. *Quand la surproduction engendre la mévente, les fleurs qui n'ont pas trouvé preneur au-dessus du prix marginal sont détruites,* quand l'œillet tombe à 2 cents pièce, il est déclaré invendable. Les producteurs perçoivent pour la quantité détruite un dédommagement de 60 % du prix minima.

Lors de la fixation des prix minima, on part du principe que le montant de ces prix ne doit pas influencer défavorablement la capacité d'absorption du marché, tandis qu'en déterminant la compensation on veille à ce qu'elle ne stimule pas la culture des produits

---

(12) Landbow Economisch Instituut.

en question. Il existe un règlement semblable pour les plantes d'ornement. Ainsi les floriculteurs ont, au moyen de leurs propres organisations, prévu un prix plancher du marché dans le dessein d'éviter un effondrement total de celui-ci. De la sorte les fleurs offertes à Aalsmeer ont une garantie de fraîcheur remarquable, la *resserre* est inconnue. Les fleurs invendues ne reprennent pas la place le lendemain sur les chariots. Les fleurs invendues n'ont représenté qu'un pour mille du chiffre d'affaire en 1962 ; même déclassées elles contribuent à chauffer les locaux ! Les grossistes importateurs de tous les pays sont évidemment très sensibles à ces pratiques.

La plupart des *veilingen* de l'Europe occidentale fonctionnent, avec quelques nuances, sur le modèle d'Aalsmeer. La force de ce système est de supprimer pour le producteur la lourde perte de temps de la commercialisation. Il ne se préoccupe pas de ce que deviennent ses fleurs une fois qu'il les a livrées à la coopérative et tous les 15 jours il reçoit un état de son compte en banque. En outre il na pas de soucis corrélatifs à la commercialisation puisque ses intérêts sont défendus par les directeurs du marché, élus ou désignés par les producteurs eux-mêmes. La concurrence ne joue plus entre les producteurs, elle se porte au niveau des acheteurs. La loi de l'offre et de la demande est respectée, mais les risques semblent mieux répartis entre les différentes catégories de profession. La seule ombre est d'importance : *le producteur ne peut défendre sa marchandise lors de l'établissement du prix.* Mais ce dernier reste homogène comme la qualité d'ailleurs, pour une même journée, et ne connaît pas les oscillations quotidiennes des cours d'un marché comme celui de San Remo par exemple.

Tous ces éléments ont permis la constitution d'un système de vente original. Ces pratiques ne sont possibles que dans la perspective d'un approvisionnement homogène en qualité et en quantité, comme cela est réalisé dans les zones de cultures péri-urbaines où l'essentiel du travail horticole se déroule sous serre. Le système de vente mis au point à Aalsmeer est imité pour les fleurs et les bulbes dans une quinzaine de marchés néerlandais et, de plus en plus, en Europe septentrionale.

c) Les autres veilingen.

La réussite néerlandaise a incité un certain nombre de pays à profiter de cette expérience pour réaliser des installations identiques dans différentes places du commerce où production locale et approvisionnement extérieur sont confrontés. Il existe en effet en Europe deux catégories de *veilingen.* D'une part comme à Aalsmeer, n'est admise qu'une production locale résultant de l'entente coopérative. Les achats sont réalisés par des expéditeurs ou des grossistes décidés à commercialiser les produits dans des centres de consommation nationaux et souvent étrangers. La deuxième catégorie est constituée par des marchés qui commercialisent, en plus d'une production locale insuffisante pour approvisionner le marché de la ville ou du groupe de villes au milieu duquel le marché est situé, des marchandises venues d'autres régions ou même de l'étranger. Le fonctionnement des *veilingen* est semblable à celui examiné à Aalsmeer, les ventes s'opèrent ainsi à Alost (Flora) où une criée moderne et récente s'est installée, à Anvers (Cova, à Edegem-lez-Anvers), à Bruxelles (Halle des producteurs), à Neuss (Niederrheimische Blumenversteigerung Neuss), à Hamburg, Oxie en Suède, Straelen en Westphalie.

Il semble donc bien que la plupart des marchés de l'Europe du Nord-Ouest en viennent à utiliser ce système de vente qui donne pleine satisfaction aux usagers. La plupart des *veilingen* sont situées au centre ou à proximité d'un centre de production dont la puissance est d'ailleurs variable, faible à Oxie, puissante à Neuss et Hambourg, surtout à Alost. De tous les grands pays de l'Europe industrielle, seul le Royaume-Uni se distingue en conservant des méthodes de commercialisation très différentes, aussi bien sur les marchés de production que sur les marchés de redistribution. Les spécialistes considèrent que l'utilisation du système de la *veiling* permet d'obtenir un prix plus régulier que celui fourni par les autres systèmes de vente. C'est sans doute vrai dans l'ensemble des régions ; toutefois une étude très complète de ce système de vente réalisée par les Belges met en doute une

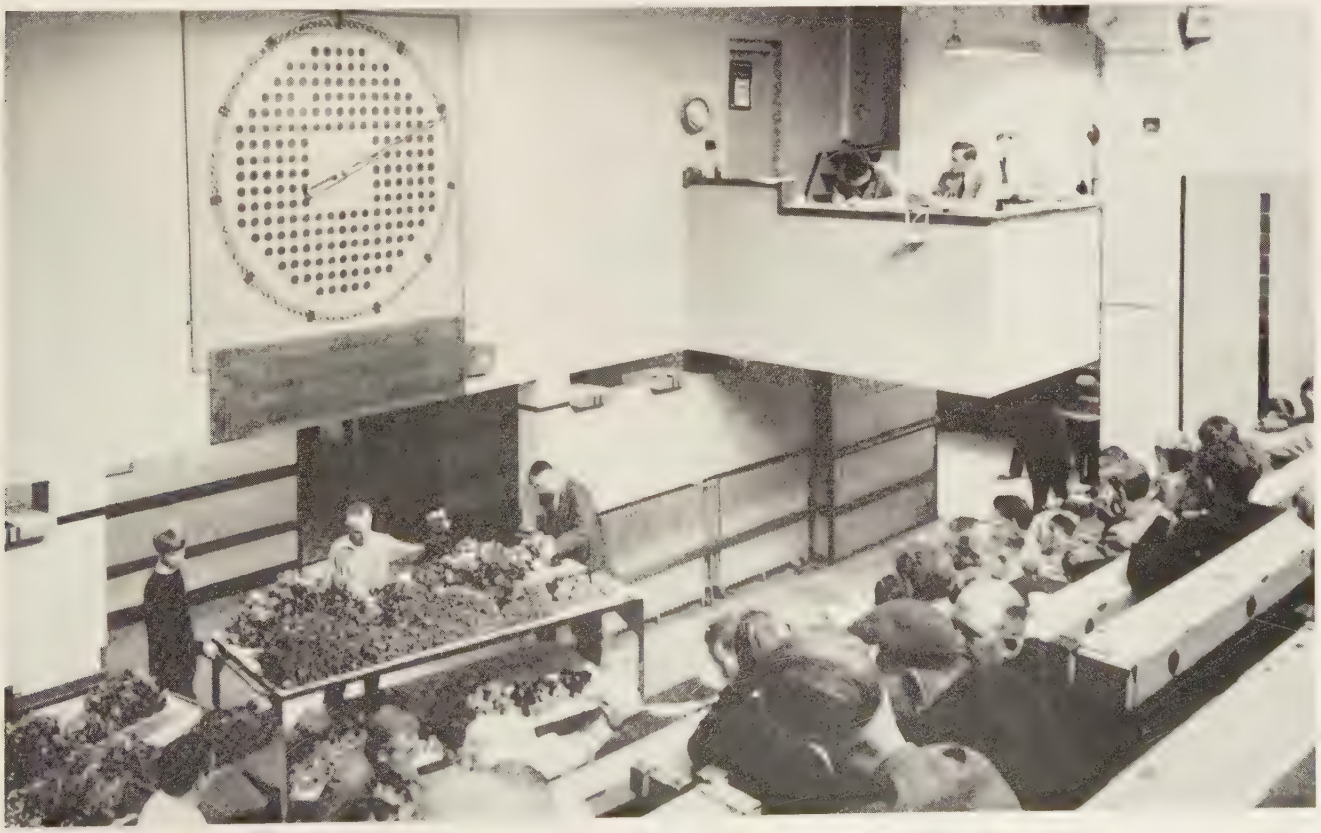
1

22. UN MARCHÉ A AALSMEER

1. Les halls de stockage des fleurs dans les veilingen *démontrent les avantages des fleurs nordiques. Produites sous serres, elles sont faciles à normaliser et sont préparées pour la vente sur des chariots avec les étiquettes d'identification.*

2. Une salle de vente à Aalsmeer : de sa tribune, le chef de vente dirige les enchères dégressives au cadran lumineux. Un employé présente le lot aux acheteurs qui de leur banc suivent le déplacement de l'aiguille. L'un deux vient d'arrêter son choix (une ampoule allumée identifie l'acheteur). Chaque veiling *dispose de plusieurs salles de vente.*

2



telle affirmation, montrant que, comme dans les criées antiboises, il y a une hausse très nette au moment où un expéditeur doit acheter massivement pour faire face à une grosse commande, ce qu'il est impossible de savoir dans le cadre des marchés méditerranéens.

Dans les centres urbains où se trouve installé un marché aux enchères comme à Neuss, Hambourg et Oxie, il est préférable de comparer les prix à ceux d'un grand marché urbain. Placés dans le contexte d'une grande place de commerce et de consommation, ces marchés ne peuvent dicter leur loi et imposer leur prix. Ils subissent l'influence de la demande locale qui n'est pas déterminée par les apports globaux des approvisionnements en fleurs, mais par l'importance du débouché urbain, variable selon les périodes de l'année.

Ce système de vente a contre lui enfin d'être trop lent, et de ne pouvoir satisfaire tous les acheteurs en même temps. La plupart des acheteurs sont également des fleuristes et ils ne peuvent à la fois effectuer les achats à la criée pendant la plus grande partie d'une matinée et ramener ensuite leur marchandise à leur magasin et s'occuper de la délicate préparation des commandes de fleurs. Certaines compositions florales réclament l'habileté du spécialiste et ne peuvent être confiées à un personnel non qualifié. De la sorte, si dans l'ensemble les usagers sont satisfaits du fonctionnement des *veilingen* c'est parce qu'ils n'ont pu apprécier la souplesse du fonctionnement d'autres systèmes ou qu'ils ne peuvent le remplacer. Dans la plupart des grandes villes d'Allemagne Fédérale et du Royaume-Uni les marchés traditionnels fonctionnent pour redistribuer la marchandise qui leur est parvenue. Eux aussi tombent sous le coup d'un faisceau de reproches, mais ils donnent satisfaction aux usagers, plus sans doute qu'à la clientèle, obligée par contrecoup de payer ses fleurs un peu plus cher.

4. Les nouveaux types de marchés

Les systèmes les plus simples de commercialisation ont été aussi les plus difficiles à mettre en place. L'offre, telle qu'on a pu la définir sur les marchés des régions de production, est faite dans le cadre d'une production de masse, en quantité et en qualité, et fournit d'énormes apports qui se chiffrent par des milliers de corbeilles et par des valeurs atteignant des centaines de milliers de francs chaque jour en un même lieu. Devant un tel afflux, les commerçants ont réagi différemment ; ils ont organisé des réseaux de distribution complexes mais parviennent en général à éliminer toute la production vers les marchés des grandes villes consommatrices.

Les grandes places centralisatrices de la production horticole sont aujourd'hui concurrencées, pour l'instant encore faiblement, par des circuits de distribution qui ont fait éclater la notion géographique des marchés. L'offre, déjà répartie entre des milliers de producteurs à Nice, San Remo et Aalsmeer, peut être dispersée dans un ensemble géographique diffus, ce que l'on peut appeler le *nouveau type de marché* car il n'a pas besoin de substrat matériel, d'un espace géographique défini. Des rapports nouveaux entre les hommes permettent désormais de se passer de ce qui est une des bases de la géographie : *l'espace naturel.*

Les accords verbaux, téléphoniques, les échanges de correspondance remplacent maintenant la traditionnelle discussion en un lieu précis entre le producteur et l'acheteur. Comme il est évident que chaque jour l'ensemble des accords commerciaux ne peut être renouvelé, les échanges s'établissent selon les règles de *contrats à moyen terme, parfois à court terme.* Le diffuseur traditionnel de fleurs, le commerçant fréquentant assidûment un marché de gros, peut chaque jour se tenir au courant de l'évolution des prix eux-mêmes dépendants de la conjoncture générale. Au contraire, les circuits nouveaux sont détenus, non par les expéditeurs patentés soumis aux aléas de la demande, mais par des organisa-

teurs de commercialisation considérant la fleur comme un produit standardisé à prix fixe et à marge bénéficiaire prévisible.

Pendant très longtemps le seul point de vente a été le magasin du fleuriste. La profession de fleuriste est encore très développée, elle connaît d'ailleurs un essor grandissant et répond à un certain nombre de besoins. L'activité du fleuriste permet de décomposer le mécanisme des composantes de son chiffre d'affaires car il travaille surtout au moment des achats de fleurs dans le cadre de la vie de relations, pour des acquisitions de *fleurs-cadeaux*. Les ménagères ne s'adressent pas au fleuriste pour l'achat de la fleur *d'intérieur*, élément principal de la masse commercialisée. Le développement en Europe Occidentale des magasins à succursales multiples, des magasins d'alimentation, des grands magasins, et des magasins de vente générale, permet de présenter à la clientèle un rayon de vente de fleurs préparées en bouquets. L'amplification du nombre de *magasins libre-service* s'accompagne d'un essor de la vente de fleurs par leur canal. Les centrales d'achats doivent pouvoir fournir aux clients des fleurs de qualité à peu près homogène, mais surtout à des prix réguliers et le plus bas possible. Le fleuriste, lui, ne peut envisager ce système et ce type de vente qui supprime sa raison d'être, la préparation artistique du bouquet.

Les centrales d'achats s'adressent à un type de fournisseur nouveau. Le producteur traditionnel, victime d'une masse de production trop variable en qualité et en prix, vend sur le marché local. Les entreprises nouvelles des régions méditerranéennes, éloignées des grands marchés centralisateurs, répondent parfaitement au souci des acheteurs à long terme et par contrat. Ces entreprises sont constituées sous une forme capitaliste, très souvent équipées d'un matériel moderne, fournissent une production abondante et régulière. Elles peuvent, sous contrat, s'engager à commercialiser l'essentiel de leurs fleurs. Si le prix est calculé selon une constante annuelle ou tout au moins couvrant plusieurs mois, le producteur de fleurs s'identifie alors au producteur de viande de poulet, à l'entrepreneur semi-industrialisé du monde agricole. L'essor des entreprises capitalistes des régions méditerranéennes, de la Catalogne à Israël, est donc lié à celui d'un système de vente nouveau, différent des habituels systèmes d'offres.

Les commerçants-expéditeurs ne peuvent envisager pour l'instant un tel type de commercialisation qui suppose l'engagement par contrat à moyen terme d'une livraison d'une quantité de marchandise déterminée à un prix fixé. Ils ne sont pas capables de trouver le débouché régulier auprès du commerce de détail habituel, et les fleuristes ne sont pas disposés à installer par contrat des bouquets à bas prix devant leur porte. La mauvaise marchandise chassant la bonne, ils verraient leurs ventes et leurs bénéfices diminuer.

Les Américains ont donné l'exemple, les Européens suivent plus mollement, il n'en demeure pas moins que la vente en bouquets est un des systèmes, le plus efficace en tout cas, capable de démocratiser la fleur et, partant, d'amplifier les ventes. Ce système rencontre toutefois des obstacles sérieux. Il est bon de les analyser. Ces obstacles ne proviennent pas de l'acheteur qui réglera les factures au prix déterminé, mais du producteur. En effet, la plante à fleurs ne réagit pas toujours selon les termes du contrat. Les plantes, même protégées par des abris vitrés, chauffées convenablement, soumises à de grands soins, peuvent être l'objet de multiples incidents de culture susceptibles de diminuer la production et parfois même de l'arrêter. Dès lors, le contrat ne peut plus être tenu ; le producteur, en livrant moins de fleurs réclame un relèvement du prix d'achat, attitude incompatible avec les intérêts de la centrale d'achats responsable du choix d'un prix applicable à court terme par semaine ou par mois. La centrale peut se tourner momentanément vers d'autres sources d'approvisionnement, mais il est toujours difficile de retrouver au même prix une fourniture. Les entreprises horticoles dispersées et travaillant sous contrat ne peuvent pas bénéficier comme les autres producteurs floraux des hausses très sensibles au moment des fêtes ou des périodes de forte demande. Les techniques de l'offre les plus modernes, résultant de la constitution des *circuits courts*, sont aussi les plus vulnérables. Ainsi s'explique leur lent développement.

5. Force et faiblesse des systèmes de vente

L'organisation de la distribution se fait dans l'ensemble de l'Europe selon deux types principaux nettement différents : le marché de production traditionnel de type méditerranéen et le type, plus moderne, de la *veiling*. L'étude comparative des deux systèmes est révélatrice des difficultés et des avantages inhérents à chacun des deux groupes de marchés.

a) Les marchés méditerranéens.

La production méditerranéenne est très variable en qualité et quantité suivant les conditions météorologiques ; les producteurs méditerranéens qui ont en apparence la position la plus favorable pour l'obtention à bon compte d'une récolte, sont en réalité défavorisés par les conditions naturelles. Si, dans l'ensemble d'une campagne, les avantages climatiques permettent de limiter le chauffage ou de s'en passer complètement, si l'insolation naturelle est telle que la floraison est beaucoup plus abondante que dans les pays brumeux de l'Europe septentrionale, il n'en demeure pas moins que les variations climatiques en hiver dues à une succession de types de temps ensoleillés et de types de temps pluvieux et plus ou moins doux, agissent d'une manière particulière sur la floraison.

Par exemple, la Côte d'Azur varoise et niçoise est soumise à des refroidissements hivernaux brutaux dus à des coups de mistral. Or le mistral se produit le plus souvent après le passage d'une perturbation pluvieuse en principe toujours accompagnée d'un net radoucissement de la température. Pour peu que cette dépression soit bloquée ou freinée dans sa progression par l'obstacle des Alpes ou la formation plus lente du minimum de la mer Tyrrhénienne, elle favorise par ce "redoux" la montée de sève dans les tiges d'œillets et la floraison. La récolte par ce temps doux et humide est abondante et les prix offerts sur le marché engorgé et saturé sont bas ou moyens. Les commandes affluent de l'ensemble de l'Europe. En quelques heures la situation météorologique peut être inversée et l'établissement d'un mistral froid vient tout modifier. Sans qu'il y ait obligatoirement risque de gel, encore que cela soit très possible, la floraison baisse d'intensité très rapidement et les fleurs qui deux jours plus tôt étaient abondantes sur le marché se font rares. Les prix s'établissent en conséquence et les importateurs nordiques qui ne comprennent pas comment de telles variations ont pu se produire en quelques heures réclament auprès des expéditeurs et ne veulent pas payer plus cher une marchandise qui en qualité n'a pas varié. Il est évident que la clientèle allemande ou suisse ne peut admettre une variation des prix du simple au double en quelques jours alors que les conditions de la saison commerciale n'ont pas changé dans ces pays.

Ainsi s'explique l'engouement pour les fleurs espagnoles en Europe. De faible qualité, ces fleurs, contrôlées dans leur production par un petit nombre de grandes entreprises, sont commercialisées à un prix stable, voire à un "prix de campagne". Le client belge ou allemand n'a pas à craindre les variations inattendues de prix. Voilà donc la première difficulté des producteurs méditerranéens, celle de l'établissement d'un prix continu. Un grand nombre d'horticulteurs s'efforcent, par l'intermédiaire de la construction d'abris vitrés, d'éviter de tels inconvénients. L'essentiel de la production des œillets en particulier sur les coteaux niçois se fait en plein air et reste néanmoins soumise aux difficiles règles que l'on vient de démontrer.

La deuxième difficulté caractéristique de la commercialisation des fleurs méditerranéennes tient aux producteurs eux-mêmes. On a parlé de la formation de groupes d'horticulteurs le long des Rivieras. Ces paysans se sont adaptés à la nouvelle culture voici un demi-siècle et leurs fils ou petit-fils forment ce que très souvent on appelle l'élite des producteurs. Vient ensuite une foule de gens immigrés des régions voisines. Ce fonds est essentiellement constitué d'Italiens du Sud aussi bien en Ligurie que sur la Côte d'Azur. Ces gens n'ont pas les mêmes soucis que les vieux producteurs, pour deux raisons, semble-t-il.

D'abord leur situation n'est souvent que momentanée. Ils sont fermiers en France ou métayers en Ligurie et la responsabilité de leur production n'est pas entièrement supportée par eux seuls. Aussi la production de médiocre qualité est-elle fréquente. Il existe certes quelques producteurs de valeur mais ils sont perdus dans la masse. Pendant très longtemps ces gens ont provoqué le discrédit qui frappe les fleurs méditerranéennes en pratiquant dans de vastes proportions le fardage. Il y avait plus souvent 57 ou 58 œillets dans la botte de 60 au temps du bottelage duodécimal, les œillets abîmés ou cassés étaient parfois glissés dans des bottes en apparence parfaite. Les expéditeurs qui achetaient de telles fleurs étaient obligés avant l'expédition, afin d'éviter les réclamations justifiées des grossistes, d'ouvrir les bottes et de trier toutes les fleurs. Double inconvénient, celui de la perte de temps, et de l'alourdissement des frais de l'expéditeur, mais surtout manipulation supplémentaire et inutile de la fleur.

La deuxième raison longtemps responsable de la présence des fleurs de médiocre qualité a été le rôle joué par les diffuseurs directs. Lors des périodes de marasme l'expéditeur muni d'une licence de transporteur peut acheter en vrac sur le marché de Nice, d'Antibes ou de San Remo des fleurs de faible qualité marchande. Il ne regarde pas la qualité des fleurs, pour la seule raison qu'il manque de l'expérience nécessaire, du "coup d'œil". L'absence d'une formation suffisante pour distinguer les bonnes des moins bonnes fleurs lui fait acquérir des fleurs de toutes qualités. Liquidant les surplus à la satisfaction de producteurs ainsi débarrassés des invendus de mauvaise qualité, le diffuseur direct a été responsable du maintien de ces mauvais horticulteurs. Ces derniers, sûrs de vendre, n'ont pas écouté les conseils distribués par les organisations professionnelles et les directions des marchés de San Remo et d'Antibes, ils ont fait la sourde oreille aux directives de culture données par les expéditeurs en place à Nice ou Antibes. Devant la baisse des prix ils ont produit davantage pour compenser en quantité ce qu'ils perdaient en valeur.

Cette situation a tendance à s'améliorer : les criées d'Antibes interdisent l'entrée de la marchandise d'un producteur responsable plus d'une fois du fardage de ses bottes ; la diminution des achats des diffuseurs et surtout leur éducation professionnelle ont diminué les possibilités d'écoulement sur le marché de Nice ; les Italiens ont fait un gros effort d'amélioration de la qualité devant les récriminations des importateurs allemands. Certes la mauvaise qualité n'a pas totalement disparu et n'est pas sur le point de l'être, mais il est incontestable que la situation s'améliore. Ces progrès ne sont pas suffisants pour faire perdre l'habitude aux importateurs et aux fleuristes de se méfier de la qualité de la production de masse méditerranéenne, attitude encouragée par les organisations professionnelles des producteurs nordiques et par les fleuristes qui n'ont pas un gros bénéfice sur les fleurs de médiocre qualité.

D'excellents horticulteurs sont capables avec des moyens parfois rudimentaires d'offrir des fleurs de très belle qualité. On rencontre en Ligurie et en France des producteurs qui n'hésitent pas à jeter lors du tri qu'ils effectuent jusqu'au dixième de leur récolte, estimant celle-ci de médiocre qualité et indigne du renom de leur entreprise. Ils le font avec juste raison. *En n'engorgeant pas le marché avec des fleurs de faible valeur, ils obtiennent, pour la part commercialisée, des prix plus élevés* et ils sont en fin de compte bénéficiaires de l'opération. Ces producteurs intelligents ne sont pas, et de loin, la majorité. Si la production de masse, avec ses aléas commerciaux, est une première caractéristique des marchés méditerranéens, la position géographique des régions floricoles est un atout maître. Certes Aalsmeer est à l'extrémité des pistes de l'aéroport de Schiphool-Amsterdam. Toutefois le centre d'expédition de Nice a été très lent à se former et l'on a dit, à propos de la constitution du marché gare de Saint-Augustin, que la situation sur les axes de communication du marché n'était pas exploitée à plein. Critique d'autant plus justifiée que les Italiens réalisent plus de trafic par l'aéroport de Nice que les Niçois eux-mêmes.

L'avantage des expéditions par Nice est exceptionnel. Toutes les grandes lignes aériennes mondiales font escale sur les rivages de la baie des Anges car l'aéroport de Nice-Californie est situé au centre de la première région touristique méditerranéenne et en toute saison les passagers sont fort nombreux. Ainsi les possibilités offertes par les compa-

gnies aériennes au transport des fleurs en petites quantités vers toutes les directions de l'Europe sont très grandes ; il n'y a pas d'autre aéroport, ni Gênes-Sestri, ni Villanova d'Albenga en Italie, ni Marignane en France, capable de le concurrencer. A cet avantage du transport aérien s'ajoute celui des transports routiers. La Côte d'Azur est desservie par un parc de camions de ravitaillement exceptionnel qui repartent à vide et recherchent volontiers en fret de retour, les fleurs azuréennes. On objectera qu'au départ de Nice l'étoile de routes est réduite à la seule Nationale 7. Certes les routes vers le Nord ne sont pas directement attractives pour les transports rapides en raison de leurs profils sinueux et des risques d'enneigement l'hiver. C'est donc la Nationale 7 et l'autoroute de l'Esterel qui drainent vers elles tout le trafic au départ de Nice. Pendant toute la saison de production, d'octobre à mai, ce réseau, en dehors de la période de la Semaine Sainte, n'est pas saturé. Les embouteillages caractéristiques de cet axe routier en été essentiellement, correspondent au moment où il n'y a plus de transport de fleurs. On peut donc considérer qu'à l'heure actuelle la situation pour les transports routiers n'est pas dramatique. Elle l'est beaucoup plus en direction de l'Italie.

Les pouvoirs publics français, en négligeant, pour des raisons qui ne sont pas techniques, la construction du prolongement de l'autoroute de la Côte d'Azur vers Vintimille provoquent un grave préjudice à l'essor de l'horticulture des deux Rivieras. Tous les jours un *autotreni* part de San Remo et par la Via Aurelia puis la Moyenne Corniche gagne l'aéroport de Nice avec les fleurs italiennes destinées à l'expédition par avion vers l'Europe scandinave et anglo-saxonne. En 1968 doit être achevée l'autoroute des fleurs qui reliera Gênes à Vintimille. L'aéroport de Nice pourrait donc devenir le seul capable, compte tenu de son infrastructure de pistes et des conditions météorologiques qui empêchent à certains moments de l'hiver les petits avions de décoller ou d'atterrir à Albenga, d'évacuer les fleurs des Rivieras. Les fleurs italiennes prendraient beaucoup plus souvent le chemin de Nice si les communications étaient meilleures entre la frontière et Nice. Les Italiens ayant uni San Remo à Gênes par une autoroute regarderont plus volontiers vers l'aérodrome de Gênes-Sanpierdarena. L'obstacle proviendra de la rareté des escales internationales de Gênes, la plupart des avions lui préférant Milan.

L'extraordinaire réseau de relations humaines constitué par les expéditeurs azuréens et ligures dans l'Europe entière et même hors d'Europe est un autre élément de la commercialisation. Les relations personnelles, en particulier celles entretenues par les Ligures beaucoup plus entreprenants que les Azuréens en ce domaine, témoignent de la vitalité des horticultures régionales. Depuis longtemps les Azuréens n'ont pas fait de large propagande auprès des commerçants étrangers par l'organisation d'une exposition, lançant des invitations et attirant par des manifestations les professionnels de l'Europe entière. Le Corso de San Remo ou celui de Vintimille sont de ce point de vue beaucoup mieux utilisés par les professionnels italiens. Il est vrai que les Italiens doivent exporter 40 % de leur récolte et les Niçois ne dépassent pas 5 %. Toute la différence dans la vitalité et l'énergie des expéditeurs réside dans ces pourcentages. Toutefois le marché français approche d'une relative saturation et la recherche d'un marché étranger n'est pas à dédaigner. Il s'agirait d'ailleurs de reconquérir une place jadis occupée par la Côte d'Azur, place que l'expansion du marché intérieur français a fait perdre.

La variation des prix quotidiens, à San Remo surtout, où le premier prix convenu n'est pas toujours le prix d'équilibre conservé jusqu'à la fin de la vente, est nuisible au commerce extérieur. Le cas se présente où à la suite des plus grandes demandes ou de la faiblesse de l'offre, ou de dédits par téléphone aux grossistes sur le marché, la demande modifiée provoque proportionnellement un déplacement des prix. Les commerçants exportateurs sont exposés en outre aux aléas d'éventuelles insolvabilités ou tout au moins à de longs retards des paiements de l'étranger. En 1962, une enquête estimait à plus d'un demi milliard de lires les crédits, en partie de l'année précédente, pour lesquels les exportateurs italiens attendaient le solde.

La dernière originalité des marchés méditerranéens est sans doute l'organisation particulière des ventes. On a posé, et on reposera, les avantages et les inconvénients de la

production méditerranéenne. L'horticulteur habile à se défendre vis-à-vis de l'acheteur, sait au moment opportun baisser ses prix pour proposer au contraire en période de baisse, à titre de compensation, des prix plus élevés ; de la sorte il trouve son compte à défendre personnellement sa marchandise. Cela est impossible dans le système de la *veiling*, la vente s'effectuant hors de la présence du producteur. A l'inverse, le mauvais vendeur fait toute l'année de mauvaises affaires, le plus souvent parce qu'il n'a pas de bonne qualité, ce qui implique un certain parallélisme entre les qualités de la production et les aptitudes à la commercialisation. Les expéditeurs-acheteurs apparaissent sur les marchés méditerranéens comme les grands profiteurs du système de vente. Dans l'ensemble ils réalisent de bonnes affaires étant, en dernier ressort, les seuls à proposer le prix définitif au producteur. Ils ne paient pas comptant. Donnant des billets de vente correspondant aux quantités prises ils expédient la marchandise sans l'avoir payée réellement. Lorsqu'il s'agit d'acquitter les dettes, au bout de quelques semaines et souvent de quelques mois, en fin de campagne par exemple, l'expéditeur obtient facilement une ristourne importante représentant un très grand nombre d'achats à un même horticulteur, c'est une réduction de la dette. Le producteur étant souvent trop content de recevoir plusieurs centaines de milliers de lires ou plusieurs milliers de francs d'un seul coup ne regarde pas à un rabais qui peut aller jusqu'à plus de 10 % du total dû par l'expéditeur.

L'expéditeur peut aussi tromper le producteur d'une autre façon, en n'honorant pas sa dette. La création d'une *caisse de marché* constituée par un fonds versé proportionnellement au chiffre d'affaires de l'expéditeur, et où les billets de consigne ou les *bons d'achat* seraient payables à vue, réduirait considérablement ces inconvénients. Les diffuseurs directs ont supporté un certain temps le discrédit provoqué par des achats massifs et des promesses de factures très élevées faites par certains camionneurs qui n'ont plus reparu par la suite sur le marché. Le recours dans ce cas est pratiquement inexistant et malheureusement il y a toujours quelques métayers pour se laisser abuser par l'espérance de ventes intéressantes. Aux criées d'Antibes ce risque n'existe pas, c'est là une des forces du système puisque la direction paie elle-même les producteurs, s'occupant personnellement de la rentrée des fonds auprès des diffuseurs.

Tels sont dans leur ensemble les avantages et les difficultés propres au système de vente méditerranéen. Les *veilingen* lui sont-elles supérieures ?

b) Les ventes au cadran.

Les Néerlandais ont bâti tout leur système de vente sur le critère de la régularité et de la qualité, argument commercial de première force. Les grossistes étrangers sont sûrs de recevoir des expéditions de produits homogènes, pendant une longue période et dans une quantité déterminée. Le réseau de distribution des *veilingen* qui s'appuie sur le camion, la voie ferrée et l'avion est aussi complet que le réseau des expéditeurs méditerranéens. Il a en outre pour lui l'avantage d'être plus court. Les distances entre Aalsmeer et les centres de consommation sont réduites. Aalsmeer est à 520 kilomètres de Paris et il y a sur cette distance la moitié du parcours en autoroute. La Ruhr est à 170 kilomètres d'autoroute d'Aalsmeer (y compris pour l'instant le hiatus de 20 kilomètres d'Emmerich). Le deuxième avantage est le petit nombre d'acheteurs et de producteurs fréquentant les deux marchés coopératifs. On discutera longtemps de l'organisation professionnelle de la production et de la distribution aux Pays-Bas. A certains points de vue c'est le sommet de ce que peut espérer atteindre la profession agricole dans le monde. Cette médaille a un revers et l'organisation de la vente présente des faiblesses dans la mesure où elle *annihile l'initiative individuelle.*

Les producteurs d'Aalsmeer, étant tenus de livrer dans son intégralité la production de fleurs coupées et de plantes en pots, ne se soucient pas d'obtenir une qualité supérieure à celle du voisin. Mais ce système de vente permet un contrôle facile de la qualité, beaucoup plus complexe à obtenir à Nice ou San Remo. L'ensemble des fleurs atteindra un prix homogène lors du passage aux enchères. Par ailleurs les prix ne sont pas toujours

établis en fonction de l'offre et de la demande locales mais suivant les renseignements obtenus par les acheteurs, quelques dizaines, dont le réseau de renseignements téléphoniques et bientôt télex, fonctionne à la perfection. Le prix s'établit en relation avec les cours pratiqués à Covent Garden, Paris ou Francfort. Comme les expéditeurs ont la nécessité impérieuse, dans leur propre intérêt, d'acheter donc de revendre, ils achètent suivant un cours qu'ils établissent et qui se fait aux *dépens du producteur.*

Jamais les Hollandais n'auraient pris le marché parisien de la rose Baccara aux Azuréens sans une certaine collusion entre les revendeurs commissionnaires parisiens et les expéditeurs hollandais. Le processus fut le suivant : les Parisiens ont acheté au début légèrement au-dessus des cours les fleurs néerlandaises et les ont écoulées de préférence aux fleurs azuréennes. Puis ils ont obtenu des expéditeurs d'Aalsmeer une baisse progressive des prix. Cette baisse s'est faite d'elle-même et les Hollandais qui ont partiellement éliminé les Azuréens du marché parisien avec des fleurs de moins belle qualité n'ont pu réussir cette entreprise qu'aux dépens des producteurs d'Aalsmeer. Ces derniers, libres de défendre leur marchandise, auraient cherché des expéditeurs capables de leur offrir des prix plus élevés sur d'autres marchés européens. Le résultat d'une telle opération est la main-mise des Hollandais sur les marchés parisiens à la commission et l'assurance d'un débouché régulier pour leurs fleurs : elles se vendent moins cher mais ils sont sûrs de les vendre.

Tel n'est pas le cas pour les Méditerranéens. Les producteurs du Midi ripostent en livrant directement sur commande téléphonique aux détaillants de la capitale des roses ou d'autres fleurs de haute qualité. Si donc le meilleur prix ne s'établit pas toujours sur les cadrans d'Aalsmeer, la continuité d'un prix moyen est un élément essentiel de la rentabilité du système de vente néerlandais. Il est possible aussi que se réalisent certaines ententes entre les acheteurs dont l'accord peut se faire sur un volant de prix de façon à ne pas faire monter les enchères trop haut. Enfin, un dernier élément en partie défavorable au producteur est la marge de sécurité prise par les criées ; les 7-8 % de retenue pour le fonctionnement de la criée coopérative et la constitution du fonds d'amortissement en cas de mévente et de destruction des invendus paraissent un taux élevé à certains spécialistes.

Le producteur, par l'intermédiaire du marché coopératif, est assuré de rentrer dans son argent. Le système pratiqué oblige l'acheteur à verser immédiatement le montant de son achat soit à la banque, soit à la caisse de la criée. Les coopératives peuvent agir sur le mauvais acheteur en diffusant son nom à l'étranger et en prévenant la profession d'une région ou d'un pays des difficultés éventuelles qu'elle risque de s'attirer en traitant avec cet expéditeur. Ce fut un peu la méthode employée par le comte de Champagne au XII[e] siècle pour obtenir l'acquittement des créances ; c'est en tout cas d'une efficacité incontestable et beaucoup plus directe que les méthodes des Azuréens ou des Liguriens pour rechercher les mauvais payeurs dispersés sur le territoire national.

On a dit plus haut que la mentalité méditerranéenne s'accommodait mal de la contrainte. Les Méditerranéens sont des individualistes persuadés que la liberté d'action et d'entreprise est une des conditions essentielles de la vie économique. Les Flamands et les Hollandais ont un autre tempérament. Depuis les périodes les plus reculées de leur histoire la nécessité de se grouper est vitale pour la survie de leur société. Lutte contre les éléments naturels ou contre les difficultés créées par les hommes, luttes politiques, religieuses, défense du sol contre les armées ou contre l'eau insidieuse toujours prête à franchir les digues ; bref le tempérament du Néerlandais est un tempérament façonné par la lutte et la discipline. Que l'organisation de la production reflète ces conditions cela n'est pas étonnant et reste logique. Une centaine de producteurs réaliserait avec d'autres méthodes ce qu'obtient le millier d'horticulteurs d'Aalsmeer. Mais 15.000 vivent bien là où 2.000 vivraient très bien : c'est la loi du surpeuplement.

Par la suite les responsables professionnels de ces régions affirment et démontrent la valeur de leur système, compte tenu des conditions naturelles et humaines de production ; ils ont raison car dans l'Europe du Nord-Ouest ce système est le meilleur. Il ne doit pas être généralisé à l'ensemble des régions européennes de production. Le monde méditerra-

néen, par son passé gréco-latin, par son évolution historique, n'est pas prêt à accepter la discipline et la contrainte. Il reconnaît volontiers qu'il doit mieux s'organiser, mais pas forcément dépendre d'un système autoritaire organisant la production et la commercialisation. Il préfère la lutte pour la vie dans un cadre plus libéral, quitte à ce que cette lutte élimine les moins capables et les rejette dans le milieu urbain.

La production méditerranéenne trop variée en qualité et en quantité ne peut accepter l'institution d'un système de vente aux enchères, et bien rares sont les responsables qui pensent l'introduire : il n'a tenu que quelques semaines en 1932 à Antibes, quelques mois à Lyon en 1965 au marché gare des fruits et légumes, pour la seule raison que ni les producteurs ni les commerçants ne savent se plier et ne veulent se plier à ce système de vente moins profitable pour tous. Toutefois, en décembre 1966 la criée d'Ollioules, reconstruite, a établi un cadran hollandais dans son hall de vente. L'expérience peut réussir, la production des fleurs de bulbes de la banlieue toulonnaise étant plus homogène et répartie entre quelques centaines d'entreprises seulement. Le système de vente méditerranéen conserve toute sa vitalité, les progrès réguliers de la demande ne sont pas faits pour alerter les professionnels et les pousser vers une baisse des prix, d'autant plus que les fleurs de qualité médiocre s'écoulent auprès d'une clientèle à faible pouvoir d'achat.

CHAPITRE II

L'ÉCLATEMENT DE LA PRODUCTION

I. - LES CHAÎNES D'INTERMÉDIAIRES

1. Organisation de la distribution

L'organisation de la distribution s'est faite dans le courant du XIX^e^ siècle lorsque les régions méditerranéennes sont entrées en production. Mais la difficulté est de mettre en contact d'un côté un nombre restreint de régions horticoles ou de petites entreprises fournissant une production isolée et de l'autre des millions de consommateurs dispersés qui achètent des fleurs en petites quantités et avec des habitudes d'achat particulières.

La vente directe du producteur au consommateur n'offre aucune solution. Le commerçant de détail doit offrir un bon assortiment de fleurs pendant toute l'année, et le producteur doit se spécialiser dans un travail d'élaboration d'un petit nombre de variétés et éviter de perdre son temps dans la vente et la commercialisation. Les rares cas où la vente directe est possible se produisent lorsque, au bord d'une route, un producteur peut vendre sa marchandise dans un stand situé sur son exploitation. On trouve cela réalisé aux Etats-Unis, sur la Côte d'Azur, et en Allemagne. La vente directe peut aussi avoir lieu sur un grand marché de production, à Nice ou à San Remo par exemple, lorsque les acheteurs sont admis sur un marché.

Aussi entre le producteur et la clientèle s'interpose aujourd'hui un nombre plus ou moins important d'intermédiaires indispensables dont l'activité consiste à conduire les fleurs depuis les exploitations de production jusqu'au magasin de détail. Tous les économistes admettent aujourd'hui que les intermédiaires ne peuvent être remplacés ; leur nombre seul peut être, dans certains cas, diminué. Les physiocrates ont été les derniers au XVIII^e^ siècle à soutenir que les intermédiaires du commerce représentaient une activité improductive n'ajoutant aucune valeur au produit mais contribuant à en augmenter le prix de vente. Le réseau de commercialisation des fleurs coupées et des plantes ornementales reste donc très complexe car, entre le producteur et l'acheteur on peut distinguer parfois 6 intermédiaires. (V. fig. 25)

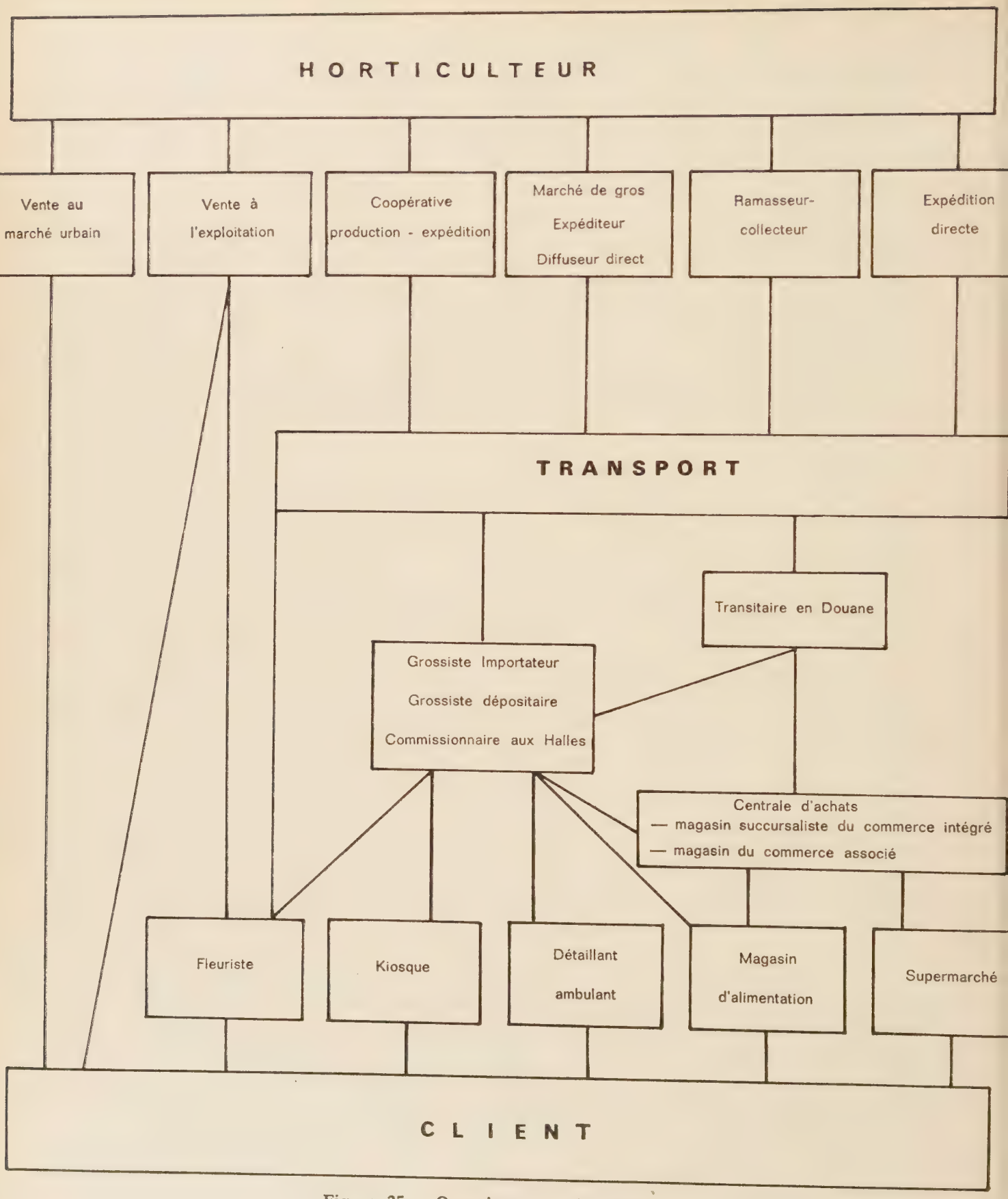


Figure 25 : Organigramme de distribution

1° *Les expéditeurs, sur le marché de production,* sont les premiers intermédiaires à s'occuper des fleurs. Ils demeurent l'élément essentiel de l'organisation interprofessionnelle. Se passer de leurs services c'est uniformiser les ventes en qualité et en prix au détriment le plus souvent du producteur. Aux criées d'Aalsmeer et d'Alost les expéditeurs sont les seuls à s'occuper de l'écoulement de la production. Dans la mesure où ils font un choix sur la marchandise, et par l'intermédiaire des prix qu'ils proposent, ils déterminent une sélection des qualités et des quantités. Sur les marchés méditerranéens la profession d'expéditeur est plus variée. Ici ils ne sont plus acheteurs uniques mais doivent faire face à la concurrence des *diffuseurs directs.* Le nombre des *expéditeurs patentés* dépend de la période de l'année et s'ils font de bonnes affaires en période de fortes demandes, ils ne cherchent pas à développer les expéditions et les ventes lorsque la demande est peu favorable, tandis que les expéditeurs des *veilingen* sont plus ou moins tenus de ne pas laisser de production invendue sur les marchés. En période d'abondance de la production dans les régions méditerranéennes lorsque les expéditeurs patentés boudent les achats, les camionneurs constituent une soupape de sûreté.

2° La création d'un circuit plus court dans le cadre de contrats de vente à des *magasins succursalistes* n'est admissible que pour des fleurs de faible valeur unitaire (œillets, tulipes, fleurettes) de qualité moyenne. La facturation d'un trop grand nombre de variétés à des prix différents est presque impossible pour les coopératives de production ou les grosses entreprises florales. Elles sont dans la nécessité d'assimiler les fleurs de belle qualité aux fleurs moyennes ce qui provoque une moins-value. Les *fleuristes détaillants* constitueront donc toujours un débouché assuré et obligatoire pour les fleurs de premier choix, les fleurs très chères comme les strelitzias et les orchidées.

3° Les achats une fois réalisés sur le marché de production, le deuxième intermédiaire obligatoire est le *transporteur.* Celui-ci peut se confondre parfois avec le premier lorsque l'expéditeur possède son propre parc de camions de livraison. Mais le rail et la voie aérienne réalisent à longue distance l'essentiel des transports. Le rail a été le premier dès 1871 à assurer l'écoulement lointain des fleurs de la Côte d'Azur. L'avion l'a concurrencé peu avant la seconde guerre mondiale pour les livraisons vers l'Europe scandinave. Depuis vingt ans la route prend, pour les livraisons à moyenne distance, une importance croissante surtout dans la moitié méridionale de la France et en Italie où le réseau d'autoroutes permet des livraisons rapides. Suivant le mode de transport utilisé, suivant la distance parcourue, suivant les quantités expédiées, le prix du transport est plus ou moins important mais représente rarement plus de 5 % dans le prix de vente final de la fleur.

4° Une fois parvenue sur le marché de consommation la fleur passe encore entre plusieurs mains. D'abord le *transitaire en douanes,* quand il n'est pas lui-même *grossiste importateur,* prend un premier bénéfice qui tient compte de la nécessité d'effectuer un tri, un classement, puis une réexpédition. Le *grossiste dépositaire* et le *commissionnaire* des halles sont l'élément essentiel de la redistribution. Ils sont les seuls à recevoir de l'Europe, et même du monde, chaque jour, plusieurs tonnes de fleurs. Seuls, ils déterminent les prix en tenant compte des quantités reçues et de la qualité des fleurs parfois dépréciées pendant le transport. Ils sont enfin seuls à communiquer aux producteurs ou à l'expéditeur le montant de la vente, ce qui peut laisser supposer que les prix facturés ne sont pas forcément les prix réellement pratiqués. Pour éviter l'alourdissement du prix de vente par le passage chez ces intermédiaires, des centrales d'achat ont essayé d'obtenir directement des fleurs à la production de façon à les livrer à la clientèle en supprimant un ou deux intermédiaires.

5° Le *fleuriste* est le dernier maillon d'une chaîne compliquée, mais il demeure un intermédiaire essentiel. Sa fonction est de mettre en présence de la clientèle, par l'intermédiaire d'un étalage, le plus grand nombre possible d'éléments décoratifs. Ces étalages peuvent appartenir à un magasin spécialisé, à un détaillant ambulant, à un kiosque, à un magasin d'alimentation ou à un rayon dans un grand magasin succursaliste. Le fleuriste, parmi tous ces intermédiaires, est le seul spécialiste capable de réaliser une composition florale ; il est aussi le seul à posséder une marchandise assez abondante en dépôt. Les autres intermédiaires détaillants doivent écouler toute leur marchandise, quitte à baisser les prix en fin de journée, pour ne pas avoir d'invendus. Certains magasins d'alimentation qui vendent des fleurs

préemballées peuvent se permettre de les conserver quelques jours. Parce qu'il lui arrive de ne pas tout vendre, même en utilisant les fleurs de second choix dans les compositions mortuaires, le fleuriste a pris l'habitude d'établir des marges bénéficiaires considérables. Il peut doubler le prix de la fleur sur la facture du dernier intermédiaire. Du même coup, tout en restant le seul spécialiste en contact avec la clientèle, il conserve sa réputation de vendre des fleurs chères.

Comme on lui adresse ce reproche en tenant compte de la rapide dépréciation de la marchandise vendue, il a tendance à proposer à la clientèle des *fleurs* et des *feuillages préparés*. Les feuillages séchés, teints, stérilisés, les fleurs artificielles en papier et en matière plastique (l'industrie fabrique de l'*asparagus plumosus* parfaitement imité) complètent la gamme des produits offerts aux acheteurs.

Pour éviter que la clientèle ne considère les fleurs comme un objet de luxe rarement acheté, les intermédiaires responsables de la vente ont imaginé d'accroître les débouchés en *démocratisant* certaines fleurs, par la publicité, par la multiplication des points de vente, par la constitution de petits bouquets peu onéreux. Les bulbiculteurs néerlandais ont été les premiers à faire ainsi une propagande anonyme pour la vente de leur production, et les centrales d'achat des grands magasins ont repris cette idée, appuyées d'ailleurs par certaines coopératives de production.

Ainsi progressivement en une soixantaine d'années le commerce floral s'est ampliflé, a mis en contact un plus grand nombre d'acheteurs, a réalisé des expériences de transport et de vente de plus en plus perfectionnées. A l'heure actuelle le commerce de la fleur s'appuie sur une chaîne d'intermédiaires spécialisés offrant à la clientèle des produits de haute valeur mais chers ; d'un autre côté des circuits de commercialisation plus directs s'efforcent de vendre à une clientèle plus large des fleurs de qualité moyenne. Tandis que le premier groupe satisfait surtout la clientèle au moment des grandes périodes d'achat, le second est plus continu dans le temps et contribue dans une large mesure à l'écoulement des produits ornementaux dans les périodes intermédiaires.

2. Les expéditeurs

Sur les marchés de production les achats sont surtout réalisés par des expéditeurs de la région disposant d'une organisation perfectionnée.

a) Expéditeurs patentés.

A l'heure actuelle l'essentiel de la production méditerranéenne et nordique est commercialisé par l'intermédiaire de maisons d'expédition. Sur les grands marchés, chaque jour, se pressent plusieurs dizaines, parfois plusieurs centaines d'acheteurs à Nice, San Remo et Aalsmeer. Tous ont pignon sur rue. Installés dans la ville même ou dans la banlieue ils possèdent une maison d'expédition d'autant plus renommée qu'elle est plus perfectionnée. Certaines sont cinquantenaires, d'autres sont de nouvelles venues. Pour réussir il faut d'abord tisser en Europe tout un réseau de relations étroites avec les gros importateurs étrangers, avec les grands établissements de fleuristes des capitales européennes, avec des producteurs étrangers qui pourront parfois prendre le relais de la vente. La publicité est assurée dans les journaux professionnels et reste d'autant plus efficace que la maison satisfait régulièrement, ce qui n'est pas facile, sa clientèle.

Le schéma de fonctionnement de ces maisons est le suivant : la commande arrive à tout moment d'une ville d'Europe, il faut l'honorer. Transmise par téléphone, le plus souvent, elle doit être immédiatement exécutoire. Aussi l'expéditeur a-t-il deux façons de s'approvisionner. Tous les jours il est sur le marché à l'heure d'ouverture, son carnet de commandes

à la main. Dans les marchés méditerranéens après un aperçu général de l'offre, compte tenu des prix pratiqués la veille, et de la conjoncture, il retient la marchandise auprès des producteurs : à l'un quelques bottes de roses, à l'autre une dizaine de strelitzias, au troisième six dizaines de glaïeuls. Son principe est de ne pas acheter toute la marchandise d'un producteur. Il distribue des bons d'achat, pour retenir la marchanchise qu'il enlève en fin de marché. Il la transporte ensuite dans son magasin et la trie, la fait tremper, l'emballe et l'expédie au moment opportun par l'une des voies aériennes ou ferroviaires qui le satisfont. Le principe de travail est identique pour la plupart des expéditeurs. Des ouvrières dans les halls de triage vérifient la qualité et le nombre de fleurs par botte, puis les paquets sont constitués en fonction des commandes. Le tri est d'ailleurs beaucoup plus minutieux en Ligurie, où la production est plus irrégulière, alors que les importateurs allemands réclament surtout une qualité homogène.

Des expéditeurs ont des secrétaires qui se tiennent au courant de la situation météorologique de l'Europe, et cela en écoutant à la radio les bulletins des différents pays, ou en se renseignant au service météorologique de l'aéroport de Nice. La constitution des colis et leur emballage varient suivant les conditions climatiques ; selon les régions de gel, de vent, déterminant l'hygrométrie, de forte chaleur, les emballages doivent être renforcés ou aérés : le carton, la ouate synthétique, le papier kraft, le papier goudronné, le papier journal, servent à confectionner les emballages protecteurs. L'enveloppe extérieure est formée de plus en plus de cartons et des usines sont spécialisées dans la fabrication de cartons adaptés aux dimensions des fleurs et au nombre de fleurs ou de bouquets généralement expédiés par colis. De moins en moins les traditionnels paniers de roseaux tressés qui ont fait la spécialité des expéditeurs azuréens sont employés. La disparition des marécages littoraux a supprimé les roselières et les quelques rares entreprises qui ont conservé cette fabrication dans la région niçoise doivent importer leurs roseaux d'Andalousie et de Sardaigne, ce qui n'est pas pour faire baisser les prix de cette marchandise.

Tout en constituant un réseau de relations humaines indispensables pour l'écoulement des fleurs des grandes régions de production, les expéditeurs doivent néanmoins rechercher de plus en plus le débouché extérieur. En effet en France comme en Italie, malgré l'extension de la demande intérieure, la production des grandes régions de floriculture doit de plus en plus regarder vers l'étranger pour une nouvelle phase d'extension. Les expéditeurs, travaillant en étroite collaboration avec les producteurs, peuvent réaliser cette expansion et ils doivent intéresser les grossistes ou les fleuristes à l'expansion de leur commerce. Au lendemain de la deuxième guerre mondiale, les expéditeurs azuréens reçurent princièrement les principaux grossistes de l'Europe du Nord, leur faisant visiter les exploitations les plus caractéristiques, leur présentant des *batailles de fleurs*, insistant enfin sur la qualité des fleurs françaises. Ce fut l'âge d'or de la Côte d'Azur. Les Italiens firent à leur tour les yeux doux aux grossistes étrangers.

Aujourd'hui pour les concurrents de la France le débouché allemand est essentiel ; pour les Français il n'est que l'exutoire des excédents. Le cinquième de la production italienne totale aboutit sur le marché allemand ; sur les 350 expéditeurs ligures, 200 travaillent à l'exportation sur l'Allemagne. Dans le Midi français, sur 200 expéditeurs une vingtaine réalise des exportations régulières, et une dizaine seulement s'intéresse à l'Allemagne. Une cinquantaine d'expéditeurs italiens assure la moitié des exportations vers l'Allemagne (70 tonnes en moyenne par exportateur), certains ont dépassé les 200 tonnes. L'expéditeur le plus important de France n'a exporté que 66 tonnes. Les Italiens se rendent chaque année en Allemagne pour faire une tournée de prospection. Ils liquident les litiges, car leur commerce est basé sur des relations humaines étroites. Les expéditeurs français ne se rendent qu'exceptionnellement à l'étranger. Le commerce italien est dynamique. Les Italiens en outre sont plus souples que les Français en cas de contestations sur la valeur ou la qualité de la marchandise ; ils se soumettent plus facilement aux exigences des importateurs pour garder leur clientèle bien qu'ils sachent que ces derniers en abusent. Ils pratiquent même la vente forcée en expédiant à leurs clients plus de fleurs qu'il n'y en a de commandées au risque de ne pas être payés intégralement. De leur côté, les Hollandais entretiennent avec les Allemands des liens étroits et constants facilités par la promixité des régions de production et de consommation.

L'essentiel du travail des exportateurs est de servir d'intermédiaire entre le détaillant national ou l'importateur étranger et le producteur. Leur présence est indispensable sur un marché de gros puisque seuls ils ont la possibilité de rassembler assez de commandes pour écouler une part importante de la marchandise. Ils disposent de plus en plus d'un puissant réseau de transmissions entre les acheteurs et leurs bureaux, entre les bureaux et eux-mêmes lorsqu'ils sont sur le marché. Pour éviter que le producteur ne voit un employé leur apporter un ordre de commande et ne soit tenté de relever ses prix certains reçoivent leurs ordres par radio portative !

En France l'essentiel des commandes provient des diverses villes du territoire puisque les exportations ne représentent qu'une faible part (5 % environ du total commercialisé). Beaucoup d'expéditeurs ont organisé leur propre réseau de distribution à partir de la Côte d'Azur. Au lieu d'attendre que la commande déclenche le circuit de livraison classique, l'expéditeur va au-devant de la commande en constituant des dépôts régionaux. Dans les grandes villes de province ou à Paris il rejoint ici, mais en perfectionnant le système, l'activité des transporteurs. A l'aide de camions isothermes dont certains arrivent à la dimension d'un semi-remorque ils desservent quelques dépôts dans la moitié septentrionale de la France. Les fleuristes viennent s'y approvisionner et ne passent commande à la maison principale que pour des cas particuliers. Le gérant du dépôt calcule et prévoit la demande et donne ainsi des indications sur l'approvisionnement.

L'inconvénient du système, et on le soulignera à nouveau à propos du commerce de détail, provient de l'habitude prise par le fleuriste de ne plus avoir de fleurs en magasin. Au lieu de constituer un stock qu'il écoule lentement, il achète, à coup sûr, les fleurs dont il a besoin, chez le dépositaire ; il n'a jamais d'invendus mais l'expéditeur, lui, en a. *L'expéditeur français a donc concouru en grande partie à créer ses propres difficultés :* s'il se presse moins dans ses expéditions vers les grandes villes il doit compter avec une masse importante de surplus, dont il répercute le prix sur le fraction vendue, au déplaisir des fleuristes et en fin de compte des consommateurs qui, payant leurs fleurs plus cher, en achètent moins. Les expéditeurs effectuent une publicité dans les journaux professionnels pour garder le contact avec les acheteurs nationaux et les importateurs étrangers. Certains expéditeurs distribuent auprès de leurs acheteurs des feuilles ronéotypées annonçant les prix pratiqués au départ pour une semaine, d'autres, trouvant qu'ils sont ainsi prisonniers de leur parole et ne pouvant pas suivre exactement les prix de départ, trop variables dans les marchés méditerranéens, préfèrent utiliser les cours du jour quitte à prévenir par téléphone les acheteurs. Si les prix dans le Midi changent d'un jour à l'autre en raison des conditions météorologiques, les expéditeurs hollandais et belges peuvent pratiquer des prix plus soutenus puisqu'ils vendent des fleurs obtenues sous serre. Les expéditeurs des marchés de production, s'ils réalisent de bonnes affaires, et à ce titre reçoivent les critiques des autres éléments de la profession horticole, demeurent pour l'instant irremplaçables. Ils réalisent le tri indispensable entre les qualités courantes et supérieures, assurant ainsi aux producteurs un volant de prix plus ouvert.

b) Diffuseurs directs.

Les diffuseurs directs, transporteurs occasionnels ou réguliers de fleurs, constituent la corporation la plus originale des intermédiaires. Leur développement est récent. Pendant très longtemps les camions n'ont pas été équipés d'appareils de climatisation. Au moment des grandes fêtes il n'était pas exceptionnel de voir un camionneur de la moitié méridionale de la France tenter l'aventure en jouant sur des perspectives climatiques favorables. Vers Lyon ou Toulouse le camion acheminait quelques quintaux de fleurs le plus rapidement possible pour éviter la détérioration de la marchandise. Camions de compagnies de transport en vrac, ou camions loués et affrétés par un fleuriste dans l'espoir de réaliser une bonne affaire, faisaient la concurrence aux expéditeurs patentés.

Le sud-est de la France a besoin, plus que toute autre région de France, en l'absence de grandes banlieues agricoles de recevoir quantité de produits frais, légumes, laitages, viandes. Toutes les entreprises de livraisons en camions évitent un retour à vide. La Côte

d'Azur ne fournissant pas beaucoup de fret, les transporteurs pensèrent utiliser les fleurs et les feuillages comme chargement de retour. Cela suppose d'abord la possibilité d'acheter sur le marché : les criées antiboises aiment bien un achat au comptant, sur le marché de Nice les règles autrefois plus souples, sont devenues draconiennes au Marché-Gare de Saint-Augustin mais permettent un approvisionnement satisfaisant. Dans la plupart des cas le camionneur connaît une dizaine de points de chute, de magasins de fleuristes au long de son parcours, à qui il vendra fleurs et feuillages. Il lui arrive même pour chercher à les écouler de les brader sur un marché aux légumes. Il termine enfin son circuit par sa ville d'attache où il liquide les dernières fleurs.

Toutes les fleurs sont transportées en vrac ; les camions en principe ne disposent pas des étagères nécessaires pour éviter une détérioration des fleurs. Les fleurs s'abîment, leur qualité baisse, et il ne faut pas compter atteindre au moment de la vente un prix élevé. Toutefois, les camionneurs ont une clientèle de fleuristes qui les apprécie beaucoup. Leur marchandise, dans ce porte à porte, est écoulée facilement, dans une transaction de la main à la main qui ne laisse pas de trace. Le bénéfice est moindre mais il n'augmente pas le chiffre d'affaires déclaré. Certains transporteurs ont profité de leur situation de *nettoyeurs du marché* pour en abuser. Il leur est arrivé d'acheter pendant plusieurs semaines à chacune de leurs venues des fleurs de plus belle qualité à des prix plus élevés que ceux du cours du jour. Les producteurs les ont massivement approvisionnés, mais les délais de paiement se sont échelonnés, espacés, puis les transporteurs ont disparu de la région sans laisser de traces. Par contre ils ont fait d'excellentes affaires lors de la revente de ces fleurs. C'est ce qui a motivé leur contrôle par la délivrance d'une carte d'acheteur, qui a pour inconvénient de détourner certains diffuseurs à cause de son prix élevé.

Des entreprises de diffusion directe existent et se sont fait une spécialité du transport des fleurs. De grandes maisons de transport de San Remo ou de Nice chargent chaque semaine plusieurs tonnes de fleurs qui sont redistribuées dans toute l'Italie ou en France. Le réseau des autoroutes italiennes desservant tous les points des grandes agglomérations padanes est un avantage certain pour ce moyen de transport. En France, en dépit de la présence de la Nationale 7, l'écoulement du trafic reste ralenti, d'autant plus que par la route les grands centres de consommation, sauf Lyon, sont à près d'un millier de kilomètres de la Côte d'Azur. Le fret de retour est composé soit de produits en vrac, soit de produits alimentaires (volailles, beurres, œufs, accessoirement boîtes de conserve). Les expéditeurs d'Aalsmeer disposent également d'un puissant parc de camions, et à certains moments de l'hiver ils viennent jusqu'à Nice pour s'approvisionner.

c) Défauts du système coopératif de vente.

Depuis quelques années, les coopératives de producteurs deviennent plus nombreuses dans le sud-est de la France. Elles répondent à de nombreuses nécessités et sont la création de quelques esprits décidés à faire évoluer le commerce des fleurs. Dans les circuits traditionnels de vente, la fleur subit un trop grand nombre d'échanges, de manipulations, entre le départ de l'exploitation et sa livraison chez le fleuriste. L'essor récent de la vente en magasins succursalistes équipés en libre-service, les contrats d'achats proposés par les importateurs nordiques, ont permis un développement concomitant d'un type nouveau de débouché pour les fleurs. Les achats réalisés par les ménagères dans le but de la décoration de leurs appartements sont surtout effectués le matin, lors des achats alimentaires. Le choix des magasins d'alimentation comme point de distribution des fleurs est donc judicieux. Des groupements de magasins associés ou des centrales d'achats ont cherché à s'approvisionner régulièrement en fleurs.

L'achat massif par l'intermédiaire d'un commissionnaire ou d'un expéditeur sur un marché de gros a l'inconvénient de réduire la marge bénéficiaire des sommes prises par l'intermédiaire auquel l'on s'est adressé. Un producteur peut fournir régulièrement une quantité déterminée de marchandise, mais rares sont les exploitants capables de faire face à longue échéance aux besoins d'un approvisionnement régulier. La vente directe de ce type ne se pratique que pour les fleurs de haute qualité dont on est sûr.

Des producteurs, ayant compris l'intérêt du débouché des magasins d'alimentation, se sont groupés en coopératives pour trouver un écoulement régulier à leurs fleurs. Ils fournissent la garantie d'une livraison continue puisque, à plusieurs, ils peuvent faire face à des commandes portant sur plusieurs mois. Mais les coopératives de production ont rencontré des difficultés telles qu'elles ont rarement réussi dans leurs entreprises de commercialisation. Toutefois des producteurs ont réussi brillamment. L'exemple le plus caractéristique est celui des « mimosistes ».

En effet, les producteurs de branches de mimosa se sont groupés pour la plupart dans une coopérative à La Bocca près de Cannes et commercialisent l'essentiel de la récolte obtenue sur les flancs du massif du Tanneron dominant Mandelieu. On sait que pour vendre le mimosa il faut obtenir une floraison des glomérules simultanée et pour cela on a recours à une forcerie. Tous les exploitants ne peuvent posséder une forcerie. Les coopérateurs ont donc équipé une grande forcerie, à laquelle ils livrent toute leur récolte puisque celle qui ne passe pas par la forcerie a peu de chances d'être vendable. Les glomérules éclos, les emballages standardisés sont effectués par le personnel de la coopérative qui réalise aussi les expéditions. Le fonctionnement régulier de cette entreprise depuis une quinzaine d'années est la preuve que ce système de vente est possible. Les producteurs de mimosa ont pu ainsi obtenir un développement de leurs ventes en Rhénanie, en Grande-Bretagne, en s'appuyant sur une habile publicité et sur des livraisons de produits préemballés et standardisés. Il semble même que la crise qui frappe la production du mimosa sur la Côte d'Azur sera franchie grâce à l'organisation coopérative.

La création des S.I.C.A. en France a tenté quelques horticulteurs de la Côte. A Saint-Laurent-du-Var s'est ainsi créée la Sicaflor qui s'est chargée d'expédier les fleurs de ses adhérents. Constituée en Société d'Economie Mixte où les fonds de l'Etat étaient largement représentés par la Caisse de Crédit Agricole des Alpes-Maritimes, elle a rapidement recruté des adhérents. Ceux-ci, forts de l'assurance d'un prix fixe attribué à leurs fleurs pendant presque toute la durée de la campagne de production, ont utilisé la Sicaflor comme organisme pondérateur du marché. Quand les cours extérieurs étaient élevés, ils ne livraient qu'une partie de leurs fleurs à la coopérative, réalisant de substantiels bénéfices, mais retournaient porter la totalité de leur marchandise lorsque les prix baissaient. Un tel fonctionnement a rapidement épuisé les fonds de la société qui a dû déposer son bilan. Elle ne pouvait en effet ne fonctionner qu'à perte puisque ses adhérents la privaient du moyen d'accumuler des bénéfices en période favorable.

Les producteurs du Var, récemment installés, ont eux aussi créé plusieurs coopératives. Floravar en est le meilleur exemple, groupant les producteurs de fleurs de Solliès-Pont, La Farlède et La Garde, au nord de Toulon. Elle est groupée avec la coopérative Fleurêve d'Antibes en une « Uniflor » pour l'exploitation de brevets d'emballages. Dans la région toulonnaise, le mouvement coopératif s'est développé lorsque les rapatriés d'Algérie, sans formation horticole particulière, mais puissamment aidés par le financement de l'Etat, ont commencé la culture sous serre des œillets américains. Toute la production florale était livrée au hall d'emballage où une vingtaine d'ouvrières s'occupaient du tri, de l'empaquetage et de l'expédition sous label des fleurs d'une vingtaine d'entreprises. L'avantage et la force de départ d'un tel système sont de proposer au producteur une quantité de fleurs à un prix déterminé de façon qu'il puisse calculer son revenu avant même d'avoir commencé la culture. En outre, il n'a pas à s'occuper des questions de commercialisation, la coopérative et son service de direction s'en chargeant. Les frais de fonctionnement et de résorption des invendus sont couverts par un prélèvement de 3 % sur le montant total des ventes. Le floriculteur, comme aux Pays-Bas, ne doit plus se préoccuper que de produire. La vente en effet est assurée par un délégué élu ou nommé qui doit rechercher les accords de vente nécessaires pour écouler la production. Le renouvellement des contrats de vente doit permettre d'améliorer le niveau des prix.

Le point faible d'une telle organisation est l'anonymat de la production. Celui d'entre les coopérateurs capable de produire des fleurs de très belle qualité, assurée d'obtenir sur le marché traditionnel de hauts prix, doit se satisfaire d'un prix plus uniforme, calculé sur une

1

2

3

4

5

6

23. LE TRAVAIL DE LA FLEUR CHEZ UN GRAND FLEURISTE A FRANCFORT

Riche d'une longue tradition familiale, la maison Hanisch reçoit (1) des fleurs commandées dans toute l'Europe et dans le bassin méditerranéen. Les employées effectuent un tri et une première préparation des tiges. Les fleurs sont ensuite disposées (2) dans des vases ou préparées en petits bouquets et boutonnières (3). Pour faire face aux achats plus importants, de plus grandes gerbes sont préparées (4). Des spécialistes disposent des arrangements floraux (5). Le samedi après-midi, une très importante clientèle (6) enlève par milliers les bouquets et les gerbes.

masse de fleurs plus importante et plus homogène. Aussi l'idée de l'adhésion aux coopératives fait-elle de lents progrès parmi les meilleurs producteurs restés indépendants, chacun étant pénétré du principe de la nécessité de défendre individuellement sa marchandise face aux acheteurs, et cela d'autant plus que la réussite commerciale des coopératives reste pour l'instant incertaine. En trois campagnes de fonctionnement en effet l'élan des coopératives varoises a été brisé. L'impossibilité de facturer les différents types de fleurs a obligé à l'établissement de deux ou trois prix quotidiens selon les qualités, quelles que soient les différences de qualité dans les apports des coopérateurs. Le montant des ventes n'a plus assuré la bonne rentabilité des entreprises, les frais administratifs ont été trop lourds, la concurrence des autres producteurs auprès des centrales d'achats a été ruineuse ; une désaffection très nette pour les cultures horticoles s'est dessinée à partir de 1966. Est-ce la preuve de la bonne voie suivie par les producteurs traditionnels attachés à d'autres systèmes de commercialisation ? On serait tenté de le croire, tout au moins pour les régions méditerranéennes.

3. Le commerce de détail

La consommation croissante de produits horticoles ornementaux a favorisé le développement d'un grand nombre de magasins de détail, les uns restant très traditionnels comme les fleuristes, d'autres très nouveaux et originaux, comme les magasins libre-service et les « *Centres Horticoles* ».

a) Fleuristes.

Les détaillants fleuristes constituent l'aboutissement de la chaîne du commerce des produits ornementaux qui, par l'intermédiaire des producteurs, des expéditeurs et des transporteurs, conduit les fleurs vers la clientèle des acheteurs. Le nombre des détaillants varie dans de grandes proportions. Selon les régions, la composition de la population, les fonctions de la clientèle, il existe une densité variable de magasins de fleuristes. Les centres des villes ont une densité plus forte que les quartiers de banlieue ; dans le centre même, différents types de magasins de fleuristes, depuis le magasin de luxe jusqu'à la boutique plus modeste, sont destinés à satisfaire une clientèle aux exigences diverses. La localisation des magasins est aussi importante. Elle recherche le point de chute, à la manière des bureaux de banque ou des stations-service d'essence. Elle s'efforce, puisque son commerce tient compte de la tentation proposée au client, de se trouver sur un point de passage important dans la ville, mais si possible dans une rue où les passants ne sont pas bousculés et sont enclins à la flânerie. Tous ces éléments réunis déterminent une localisation très particulière des magasins de fleuristes. Il n'en est pas de même d'une profession qui peut lui être assimilée et qui est le commerce ambulant. Lui, au contraire, recherche la foule, et on rencontre les étalages des commerçants dans des endroits insoupçonnés et parfois dans des carrefours où les courants d'air feraient imaginer que la clientèle préfère se hâter plutôt que de s'arrêter pour acheter des fleurs.

Plus encore que le nombre de magasins, le rapport entre ce nombre et la population totale de la ville est intéressant à comparer, bien que la clientèle puisse être très composite, une petite fraction étant grosse consommatrice et la majorité pouvant n'acheter que très rarement des fleurs. Une enquête néerlandaise (P.V.S. 1966) a essayé de déterminer, en plus du nombre de magasins de fleuristes par grande ville, le nombre d'habitants susceptibles de fréquenter en moyenne le magasin. Les affirmations montrant que la clientèle des régions septentrionales de l'Europe est plus grosse consommatrice que la clientèle méditerranéenne sont encore une fois démontrées.

Dans les deux plus grandes agglomérations de l'Europe, Londres et Paris, le nombre d'habitants par magasin est très élevé. C'est la preuve de l'hétérogénéité de la composition de la population, une grande partie de la masse des salariés achète peu de fleurs, ce qui donne un grand nombre de *clients potentiels* à chaque magasin de détail, mais n'est pas la preuve de très gros débits de fleurs. Le chiffre d'affaires des magasins berlinois disposant en moyenne de 1.353 clients est certainement supérieur à celui de certains magasins parisiens avec pourtant 8.763 *clients potentiels.*

VILLES	Nombre de magasins	Nombre d'habitants par magasin
Amsterdam	363	2.846
Berlin-Ouest	792	1.353
Berne	43	3.893
Bruxelles	348	3.016
Copenhague	559	1.264
Lisbonne	87	9.395
Londres	710	7.224
Paris	841	8.763
Oslo	182	2.663
Vienne	185	8.834

Un des aspects les plus délicats de la fonction distributive est celui de l'établissement des prix. On aura l'occasion de comparer des prix entre les différents systèmes de commercialisation : les fleuristes proposent à la clientèle des fleurs à un prix très élevé par rapport au prix de départ des fleurs à la production. La question est d'importance. L'attitude du fleuriste est d'affirmer son rôle : il vend un *service* au lieu d'une simple fleur.

Au moment où elle est présentée au client, la fleur n'est plus un produit ordinaire de l'agriculture, elle a été valorisée par la présentation en bouquet, en boutonnière, en couronne. La présentation très soignée, au milieu des feuillages, dans un emballage de goût, au milieu des étiquettes dorées et des rubans, livrée à domicile, a transformé la fleur en une ambassadrice de sentiments. La recherche de l'effet s'accompagne d'un accroissement considérable du prix. Une rose voit son prix doubler, tripler, quintupler, entre le moment où elle est achetée par le fleuriste et celui où elle devient cadeau. Le fleuriste justifie son prix en démontrant qu'il est destiné à couvrir en partie les pertes de fleurs conservées en magasin et invendues, Il les utilise en réalité dans des compositions de couronnes mortuaires qu'il cède souvent à un prix élevé.

Plus encore que par les habitudes de vente traditionnelles, le commerce s'est trouvé amplifié par l'utilisation des commandes téléphoniques. Différentes entreprises privées, groupées en associations nationales, internationales et intercontinentales, permettent de livrer des fleurs à tout moment dans le monde sans qu'il y ait pour autant expédition de fleurs. L'organisation *Interflora* est la plus puissante en Europe occidentale et couvre tous les pays d'un réseau de distribution très serré. Les fleuristes corespondants de l'Interflora reconnaissables à leur panonceau, choisis pour l'importance de leur clientèle et leur qualification, disposent d'un registre sur lequel sont inscrits tous les correspondants de l'Europe continentale et des autres associations filiales de la *Fleurop-Interflora*, c'est-à-dire la F.D.T.A. britannique et l'*Interflora Nord Américaine.* De la sorte, ils peuvent, à tout moment, transmettre un ordre à un confrère par téléphone ou télégramme et faire livrer dans une ville déterminée des fleurs d'une fraîcheur exceptionnelle. Le fleuriste est ainsi devenu un élément essentiel de la vie de relations et entretient les bons usages. La très habile publicité faite autour des possibilités offertes par *Interflora* (« Dites-le avec des fleurs ») rappelle, si besoin était, à la clientèle l'utilisation de la fleur pour la vie mondaine.

Le fleuriste marseillais qui reçoit de Berlin par le canal de l'*Interflora* l'ordre de livrer le dimanche à quatorze heures une rose en boutonnière ne peut pas envisager de faire payer

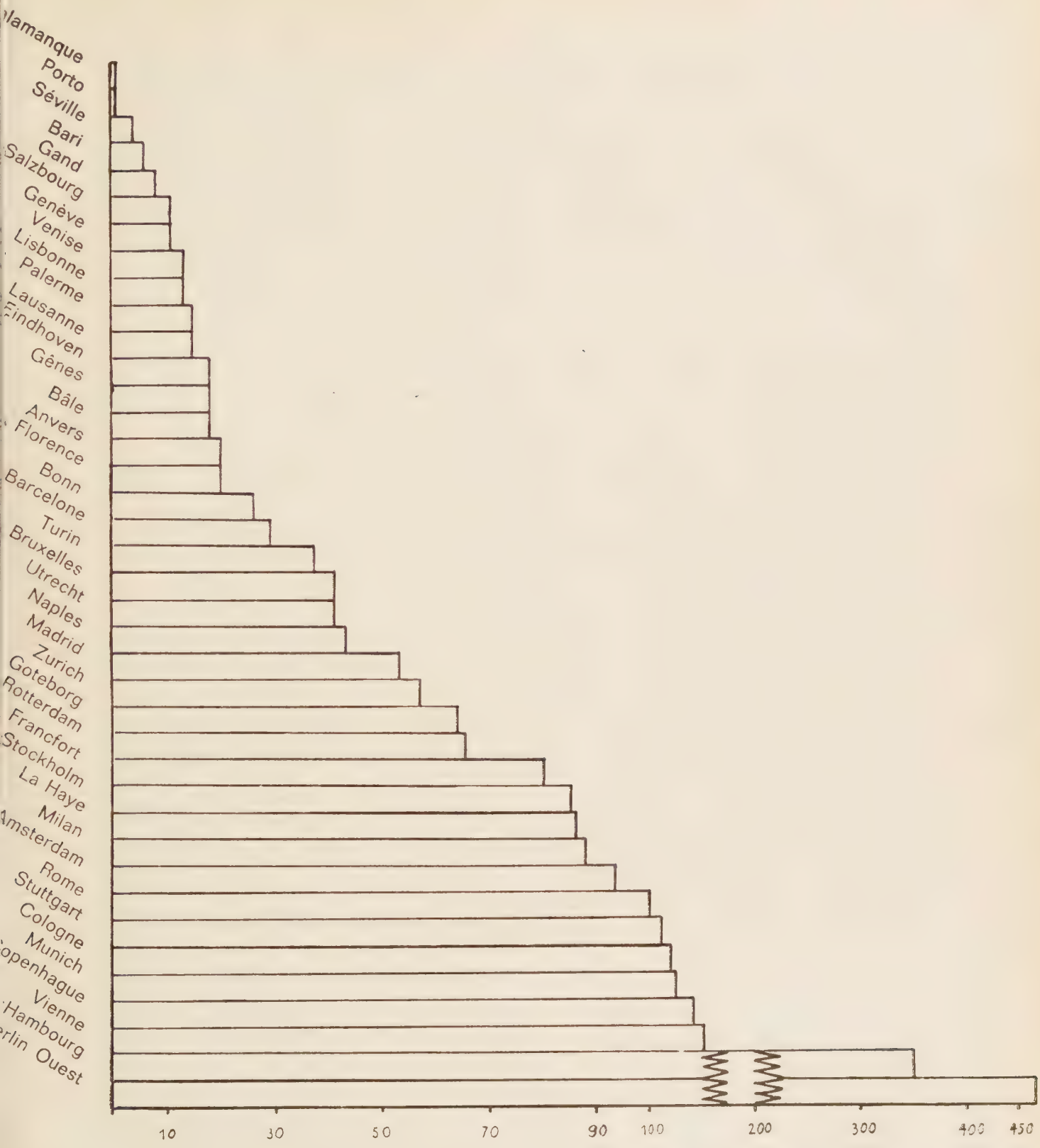


Figure 26 : Nombre de correspondants Interflora dans quelques villes européennes.

la fleur à un prix qui ne comporterait qu'une petite marge bénéficiaire. La rose est alors prise dans un contexte décoratif ou sentimental qui fait admettre son prix élevé. Elle a cessé d'être fleur pour devenir expression de sentiment.

D'autres organisations pratiquent aussi les livraisons de fleurs à distance. Par exemple aux Etats-Unis, la *Western Union*, organisme postal, a décidé la création d'un service télégraphique pour les commandes de fleurs, les Britanniques sont décidés à l'imiter. Il y a quelques années encore, la *Western Union* faisait un chiffre d'affaires annuel de deux millions de dollars avec les envois de fleurs par télégramme par la branche américaine d'*Interflora*. Mais les membres de l'*Interflora* ayant trouvé plus économique d'utiliser les tarifs téléphoniques de nuit, le chiffre d'affaires de la *Western Union*, dans ce domaine, a baissé ; il a atteint huit cent mille dollars seulement en 1964. Aussi la *Western Union* a-t-elle lancé son propre service de commandes. La nouvelle activité a été renforcée par une grande campagne publicitaire. La supériorité du nouveau service est de pouvoir prendre à toute heure du jour ou de la nuit des commandes, tandis que pour *Interflora* il faut s'adresser dans un magasin aux heures d'ouverture. Le personnel chargé du service téléphonique a été spécialement préparé pour pouvoir, toujours par téléphone, conseiller habilement la clientèle sur le choix des fleurs. Les fleuristes américains n'ont guère apprécié au début l'initiative de la *Western Union* ; mais la campagne publicitaire a été tellement importante qu'elle a dévelopé l'ensemble du commerce floral et tous les détaillants en ont finalement profité. Les Britanniques sont persuadés de la nécessité d'entreprendre la création d'un réseau similaire.

Les fleuristes sont également responsables de l'attitude de la clientèle vis-à-vis du choix des fleurs et des variétés. Le plus souvent le client est guidé dans son choix par l'arrière-pensée du vendeur. Celui-ci ne conseille pas la fleur la plus avantageuse pour le client, mais celle dont l'écoulement lui rend service, soit parce qu'elle est depuis longtemps en magasin, soit parce qu'elle lui permet de réaliser une marge bénéficiaire plus grande. Ainsi il dirige de préférence vers l'achat de roses au lieu d'œillets ou de fleurettes, vers celui des plantes fleuries au lieu des plantes vivaces.

Pendant longtemps le fleuriste a eu un gros dépôt de marchandise en magasin. Il s'approvisionnait une fois par semaine et, en fonction de ses ventes, calculait l'importance de ses achats. L'ère de l'avion a modifié quelque peu cette attitude car les centres de consommation en Europe ne sont qu'à quelques heures de vol des marchés d'approvisionnement. Le téléphone permet de passer rapidement commande et de couvrir une demande exceptionnellement forte et imprévue. La réduction du stock est également possible par la création des dépôts des transporteurs organisés en France et à l'étranger par les grossistes. Au lieu de garder une marchandise qui s'abîme et se déprécie, en cas d'un délai de vente trop long, les fleuristes la laissent chez le dépositaire qui supporte ainsi les inconvénients des invendus. En cas de besoin, l'approvisionnement au dépôt est immédiat. Ainsi le fleuriste n'a plus de pertes de fleurs en fin de semaine, et, si le prix de vente de ses fleurs n'a pas changé, il ne doit plus compter l'amortissement d'une fraction invendue. Les fleuristes ne jettent plus de fleurs comme par le passé, et du coup ils en achètent moins.

Certains fleuristes ont des chambres froides ; ils achètent les fleurs avant les hausses, conservent les invendus, et mettent les fleurs en vitrine au bon moment. Ces chambres réfrigérées leur permettent d'éviter les hausses prévisibles de la marchandise en période de fêtes.

La diminution sensible du commerce floral vers quelques grands magasins de fleuristes est aussi due aux diffuseurs et aux transporteurs qui ont installé des dépôts alimentés par leurs camions. Ces marchands supportent l'indécision des fleuristes et doivent calculer leurs marges bénéficiaires en fonction de ce risque. Par leurs conseils, les fleuristes détaillants détournent une partie de la clientèle du désir d'acheter des fleurs fraîches. Beaucoup proposent des compositions de feuillages séchés, des feuillages teints, ou peints, utilisent quantité d'éléments nouveaux de décoration comme les épis de blé, les joncs, les branches de conifères givrées, les feuilles de palmiers. L'industrie des fleurs artificielles en matière plastique a réalisé de grands progrès et la diffusion de ses fabrications est assurée par une habile publicité dans les revues professionnelles. Le support de la décoration florale devient

maintenant l'essentiel dans la plupart des bouquets. Les fleurs par voie de conséquence se vendent moins, la clientèle leur préférant des compositions qui ont le mérite d'être plus durables, surtout en période hivernale. Les feuillages ornementaux prennent donc de plus en plus de place dans le commerce floral.

Les fleuristes influencent également la clientèle pour certaines cérémonies (13). Si les mariages et les fêtes familiales constituent encore le principal débouché pour les fleurs et les plantes en pots, les fleuristes cherchent à transformer les habitudes des cérémonies de funérailles. Les fleuristes français ont essayé de réaliser, à l'imitation des pays anglo-saxons et scandinaves, la pratique du *funerarium*. Menton et Rouen ont été équipées d'un bâtiment spécial comprenant des chambres mortuaires où tout a été préparé pour les cérémonies de deuil. Les salons de réception et les salles mortuaires sont décorés et ornés par les fleuristes à l'aide de plantes vertes, de fleurs fraîches, de plantes en pots et de feuillages. La généralisation de ces pratiques donnerait plus d'importance encore aux fleuristes dans l'organisation de ces cérémonies.

Les fleuristes constituent donc un ensemble indispensable dans le commerce floral, mais ils sont concurrencés par d'autres formes de distribution.

b) Autres détaillants.

a) *Les détaillants ambulants.* — La psychologie du marchand ambulant, toute d'expérience, est assez subtile pour lui faire découvrir les bons endroits où la clientèle se laissera facilement tenter. Le commerce ambulant prend des formes très variées, plus pittoresques souvent les unes que les autres. Sans rappeler l'importance que peuvent garder encore les *violeteras* du monde entier, si actives dans les grandes villes, on rencontre divers types humains très originaux. A Naples, des enfants en haillons poussent des charretons le long du corso Umberto ; à Amsterdam, les vendeurs vêtus de blousons de cuir affrontent le mauvais temps sous des abris de fortune, les plus hardis d'entre eux vont tenter le client dans les échangeurs des autoroutes ; en Suisse, dans les galeries couvertes, la clientèle est attirée par de petits étalages soignés et minutieux. Pour la plupart des vendeurs, le métier est très dur, et l'on ne rencontre plus à grande échelle ce type de distribution, sauf dans des villes où le sous-prolétariat n'a d'autre moyen de vivre que la recherche de petits métiers.

Ainsi, aux Pays-Bas, un tel système est en déclin rapide. Les jeunes se refusent à pratiquer un métier pénible, bien que les marchands ambulants les mieux placés arrivent à renouveler plusieurs fois par jour le contenu de leur chariot ou de leur tricycle. Certains vendaient jadis jusqu'à deux mille bottes et bouquets par jour ! Par contre, la vente dans les kiosques et les supermarchés a pris une telle ampleur que le déclin du commerce ambulant s'accompagne de l'essor de cette forme plus moderne de distribution.

b) *Les horticulteurs-fleuristes.* — Les détaillants fleuristes constituent l'essentiel du réseau de distribution, mais un grand nombre est formé par des producteurs de fleurs ou de plantes en pots, parfois des deux, installés dans la proche banlieue des villes et qui très souvent n'ont même pas de magasin. La clientèle des villes moyennes les connaît, vient choisir sur place les fleurs et les plantes, est ainsi garantie de la fraîcheur des produits. Ce système, le plus ancien, reprend à l'heure actuelle de la vigueur, du fait que les horticulteurs les plus habiles ajoutent parfois un petit rayon destiné aux compléments de la culture, petit outillage, pots de divers calibres, vases, sachets d'engrais.

Le consommateur apprécie beaucoup ce genre d'approvisionnement, et les horticulteurs peuvent appliquer des prix bien supérieurs à ceux que leur imposeraient des commissionnaires ou des demi-grossistes. La fraction invendue trouve d'autres débouchés. Dans les villes de moyenne importance dépourvues de leur propre source d'approvisionnement, la décoration des jardins publics et des parterres des grands édifices est un élément important de commandes de plantes fleuries et de plantes vertes. Une partie de la main-d'œuvre possédée

(13) *F.F.* 9, 1964. Combot : Le commerçant et son avenir.

par l'horticulteur travaille sur ces parcs municipaux lors du changement des parterres. L'horticulteur fleuriste est souvent l'héritier d'une exploitation familiale qui possède la terre depuis plusieurs générations et qui s'est convertie à l'ornementation voici un demi-siècle. Ces vieilles exploitations ont un matériel partiellement périmé mais capable de fonctionner, et il n'est pas rare d'assister à leur transformation de la façon suivante : l'achat du terrain par une société de construction immobilière permet d'offrir à un membre de la famille un magasin de fleuriste, parfois dans la maison nouvellement construite sur l'ancienne exploitation, et d'acheter un domaine plus vaste dans la grande banlieue. Là débute la culture florale avec des moyens modernes, fournissant avec des rendements importants des bénéfices plus massifs. Les possibilités d'emprunts auprès des Caisses de Crédit Agricole permettent de développer l'infrastructure de production.

Dans les petites villes où une seule exploitation horticole n'arrive pas à écouler la totalité de sa production à cause de la faiblesse de la demande, l'horticulteur qui tient souvent également un rayon d'articles funéraires, recherche d'autres débouchés. A proximité d'une ville importante il trouve quelques fleuristes à qui il fournit régulièrement plantes en pots et fleurs coupées. Dans les régions plus rurales où les grandes agglomérations consommatrices sont lointaines, il offre sa production sur les marchés hebdomadaires des bourgades à l'aide d'un camion-étalage. Il rejoint donc ainsi une nouvelle catégorie de détaillants, les producteurs-maraîchers.

c) *Les maraîchers.* — Les maraîchers ont parfois un étal de fleurs ou de plantes sur les grands marchés urbains. Spécialisés dans la culture maraîchère, ils consacrent de petites surfaces à des cultures florales ou à des plantes vertes. Les marchés municipaux ont ainsi une grande vente, surtout de fleurs coupées. On a en mémoire l'enquête qui montrait qu'en plus des possibilités financières d'achat par la clientèle, la tentation représentait un élément essentiel de la vente. Les ménagères ne sont pas gênées pour marchander à un étalage les fleurs présentées de la façon la plus rudimentaire dans des seaux. Le débit, par petites quantités, est considérable. Très souvent les maraîchers proposent des qualités de fleurs très médiocres, mais le prix en apparence abordable pousse à la consommation et laisse toutefois un bénéfice important au revendeur. Rien qu'à Nice, le prix de la botte de cinquante œillets crevards double entre le marché aux fleurs et le marché municipal. Il est très difficile de chiffrer l'importance de ces revendeurs-fleuristes car beaucoup ne sont pas recensés comme tels, puisque leur fonction est de vendre des légumes et des fruits. Ils font une grande concurrence aux fleuristes, mais ne couvrent pas les mêmes besoins. Satisfaisant une clientèle de masse, plus soucieuse de coloris que de qualité, ils ne peuvent remplacer les fleuristes.

Les épiciers sont également vendeurs de fleurs. Leur clientèle est la même que celle qui fréquente les marchés, mais les fleurs ne sont plus au même prix. Isolées dans le magasin, sans concurrence voisine, les fleurs atteignent toujours des prix plus élevés qu'au marché ; il en est de même d'ailleurs pour les légumes. Les possibilités de vente sont identiques à celles des revendeurs de marché, mais il est très rare de trouver des plantes en pots qui encombrent trop le magasin. Les épiceries devraient constituer l'aboutissement du réseau des fleurs conditionnées sous air enrichi commercialisées par les coopératives ou les grands producteurs des régions méditerranéennes. Comme les magasins à succursales multiples, remplissant des fonctions de distribution identiques, les épiceries pourraient être équipées de présentoirs peut-être plus petits, mais tout aussi efficaces dans l'écoulement de la production.

d) *Les centres horticoles.* — On utilisera ainsi une expression étrangère, Garden Center, Garten Center, qui n'a pas pour l'instant son équivalent en France. La mode est venue des Etats-Unis où tous les achats sont maintenant possibles de l'intérieur d'une voiture. Ne réalise-t-on pas des opérations bancaires assis au volant ? Des commerçants avisés ont créé des *Centres Horticoles* dans la banlieue des grandes villes, au bord des grandes routes conduisant vers les banlieues de résidences. Tantôt on crée un stand de vente en un point de chute de la circulation automobile, tantôt l'on adapte une partie d'une exploitation à ce genre original de vente. Avec cette formule, d'après des résultats d'enquêtes, le chiffre d'affaires augmente de 20 à 100 %. On estime que 85 % de la clientèle se sert elle-même, mais 15 % réclame

conseil, ce pourcentage montant à 30 % au Danemark. Avec cette méthode un fleuriste hollandais réalise 70 % de son chiffre d'affaires le samedi et le dimanche, contre 30 % pour le reste de la semaine.

En Allemagne, à Rome, ces centres horticoles fonctionnent à la satisfaction de tous les usagers. Les frais de publicité réduits lorsque l'on dispose d'un bon emplacement permettent d'abaisser les prix de vente. Le *Garden Center* britannique, le *Hasselby Blomstergaard* suédois, le *Garten Center* allemand, le *Garten Center Wien hues* autrichien présentent des aspects à peu près identiques. Parfois on traverse en voiture des rangées de pots de fleurs ou de vases de fleurs coupées disposés sur des étagères ou des présentoirs. C'est le cas à Cologne, où l'on vous propose en même temps des poissons rouges. Parfois, la voiture garée au parc, on trouve en libre-service, fleurs, plantes, arbustes, outils, engrais, dépliants, vases, capables de satisfaire le « citadin-jardinier » le plus exigeant. Protégées par des toits translucides, ombragées, plantes et fleurs sont offertes à la clientèle dans les meilleures conditions de vente. Le client embrasse du regard, dès son arrivée, la totalité de l'exposition de plantes et de fleurs. Le hall ne doit pas comporter de murs, mais de simples pieux métalliques. Les vendeuses ne sont que des *hôtesses-conseillères* et n'interviennent que sur invitation du client. Le *Garten Center* de Zurich, à Samen Mauser, équipé en libre-service, est situé à la bifurcation des routes de Winterthur et d'Uster. Entouré d'un vaste parc à voitures, sa surface totale d'exposition, avec pergola, est de plus de quatre mille mètres carrés ; les achateurs y trouvent plus d'un millier d'articles différents.

La formule est difficile à généraliser car les points de chute d'une clientèle importante sont rares et, en tout état de cause, il faut supposer une grande banlieue résidentielle à proximité. En effet en fin de semaine ces établissements reçoivent de 500 à 4.000 clients chacun. Tout en constituant une innovation intéressante dans le commerce floral ils n'écoulent pour le moment qu'une infime partie de la production. Des prospectus dans les boîtes à lettres, des films publicitaires dans les salles de cinéma font connaître à la clientèle la localisation et les offres de ces centres.

A Hereford, à mi-chemin entre Cardiff et Birmingham, le centre de King's Acre a repris l'idée américaine d'une vente en libre-service. L'entreprise consiste en un terrain de réception avec entrée pour les voitures, une bordure de trois cents variétés de roses et de quatre cents arbustes et en un terrain d'exposition où toutes ces plantes sont emballées et prêtes à être emportées par les clients pour être tout de suite mises en terre. Un catalogue est offert à l'entrée au visiteur qui peut, sur un chariot, ramener à sa voiture les plantes qu'il a acquises.

Cette formule de vente intéressante se développera d'autant plus vite que ses promoteurs offriront davantage d'objets à la clientèle. Ainsi le commerce floral peut s'associer aux antiquaires pour accroître l'éventail des tentations d'achat.

e) *Le commerce succursaliste.* — Le commerce alimentaire est le plus susceptible de fournir un support aux tentatives de vente des produits horticoles en dehors des magasins spécialisés. En effet, la clientèle fréquente régulièrement et avec obligation ces magasins plusieurs fois par semaine. Dans le cadre de ses préoccupations d'achats, on peut la tenter par des fleurs habilement présentées. Ici, le domaine est d'importance (14). Les magasins affiliés à des centrales d'achats ou à des groupements coopératifs sont susceptibles de devenir le débouché pour les fleurs préemballées. Les professionnels, les producteurs surtout, l'ont bien compris. Il faut éviter un accroissement du prix de vente de la fleur en réduisant le trop grand nombre d'intermédiaires et de manipulations. L'utilisation des sachets de polyéthylène gonflés

---

(14) Le C.N.C.F. a publié d'importantes études sur le commerce intégré, en particulier :
— Les circuits de distribution en Grande-Bretagne (1962).
— Les circuits de distribution en Belgique (1962).
— Les circuits de distribution en Allemagne Fédérale (1964).
Régulièrement, le bulletin du C.N.C.E., *Fleurs et Feuillages*, donne des renseignements sur le développement du commerce succursaliste en Europe Occidentale.
Sous l'égide du Ministère de l'Agriculture, le C.E.N.E.C.A. a publié à Paris, en 1965, *Le ravitaillement des grandes villes.*

de « gaz enrichi » permet de supprimer toutes les opérations de tri depuis l'usine d'emballage. Les sachets sont renouvelés sur le présentoir du magasin au fur et à mesure de la vente. Ce système ne peut fonctionner que si les fleurs se conservent bien, et si leur prix n'est pas élevé, de façon à provoquer une tentation d'achat fréquente.

Les supermarchés, les magasins à succursales, les coopératives de magasins d'alimentation, passent des contrats par le biais de leurs organismes centralisateurs, auprès des producteurs ou des groupements coopératifs pour la livraison de fleurs en quantité et à prix déterminés. La marge bénéficiaire est calculée sur un important débit de vente. Les ménagères trouvent à un point de chute du magasin le présentoir, et peuvent faire l'acquisition de cinq, six ou huit fleurs, et plus rarement, mais le cas existe, de plantes en pots. Les principes de vente des supermarchés, prix d'achat réduit, marge bénéficiaire importante, prix de vente moyen, favorisent l'amplification de ce commerce qui touche, ou presque, l'ensemble des magasins d'alimentation du commerce associé et du commerce intégré.

Après l'Amérique du Nord, l'Europe assiste au rapide développement de la vente de la plupart des biens de consommation courante par de grands magasins. Ces derniers sont des succursales de grandes entreprises commerciales disposant de grandes masses de capitaux ; ce type de distribution, dit du *commerce intégré,* repose sur le principe de posséder une entreprise de distribution qui centralise toutes les commandes. Tout produit vendu au consommateur par toutes les succursales et tous les concessionnaires a été au préalable commandé, enregistré et payé par le service d'achat, même si la livraison est directement faite par le fabricant ou le producteur à la succursale ou au concessionnaire. Certaines grandes entreprises de distribution ont même créé entre elles une centrale d'achats qui réunit les acheteurs des entreprises affiliées, discute de leurs besoins, des offres reçues, des conditions qui leur sont faites par les producteurs. La centrale d'achats, forte de l'importance des commandes qu'elle représente, tente d'obtenir des conditions de prix encore plus favorables. Elle conclut sur ces bases des accords d'approvisionnement, laissant à ses affiliés le soin de passer directement commande pour les quantités qui les intéressent, de les faire livrer et de les payer. L'approvisionnement peut même s'effectuer d'au-delà des frontières nationales par le biais de maisons d'importation ou par accord avec des centrales d'achat étrangères.

Parallèlement au commerce intégré disposant d'un très grand nombre de succursales, le *commerce associé* groupe des entreprises de structure différente. Les coopératives de consommation, les coopératives de détaillants, les chaînes volontaires de magasins, recherchent une collaboration entre grossistes et détaillants pour obtenir une meilleure efficacité dans la distribution et un abaissement des prix. La Suisse offre, parmi d'autres pays d'Europe, comme l'Allemagne fédérale, la Suède et la Belgique, l'exemple d'une répartition du commerce alimentaire entre des types d'entreprises très différentes. Le commerce indépendant et les chaînes volontaires de magasins (11.000 points de vente sur le territoire helvétique) présentent quatre intermédiaires entre le grossiste et le détaillant. Les sociétés d'achat du commerce privé de détail (6.751 magasins en Suisse) ont deux intermédiaires ; les sociétés coopératives de consommation (3.398 magasins en Suisse) et les entreprises à succursales multiples du commerce de détail (707 magasins) réduisent parfois à un seul le nombre des intermédiaires. Enfin soixante-cinq grands magasins assurent une part importante du commerce de détail. Avec 435 magasins en libre-service intégral et 901 magasins en libre-service partiel, la Suisse se classe au premier rang européen pour le développement des libres-services. La moitié des produits alimentaires sont vendus par leur intermédiaire.

L'entreprise *Migros,* avec six cents points de vente, dont 240 magasins sans serveur et 142 camions-magasins est sans doute, en ce domaine, la réalisation la plus originale du demi-siècle. La firme a été créée en 1925 sous la forme d'une société anonyme, et a connu immédiatement un gros succès à cause de marges commerciales faibles volontairement, d'un assortiment restreint, du refus des prix imposés, l'absence de crédit et de livraisons. En 1942, la *Migros* est transformée en Société Coopérative de Distribution, avec 120.000 parts gratuites offertes aux clients les plus fidèles, cette opération publicitaire ayant surtout un but fiscal, les sociétés coopératives étant moins imposées que les sociétés anonymes. Pendant la période

allant de 1936 à 1946 la loi fédérale a interdit l'ouverture de nouvelles succurales. *Migros* en a profité pour accroître son appareil de production et bientôt son fondateur s'est retrouvé à la tête d'un ensemble complexe allant d'une formation politique, le *Parti des Indépendants* à des secteurs très différents de la vie quotidienne. Disposant d'usines de fabrication de produits alimentaires de toutes sortes, *Migros* participe au financement d'entreprises agricoles dont la plus intéressante pour notre propos est *Florispania* à Mataro en Catalogne, dont on a vu l'importance pour la floriculture espagnole. Des fondations sociales sont venues compléter la gamme des activités de la firme, avec des instituts économiques, des écoles de formation professionnelle, des centres de formation aux langues étrangères, des subventions à des organisations de culture et la direction de clubs de disques et de lecture. L'entreprise participe aux usines d'armement suisses, à des constructions immobilières, possède sa propre banque, participe au financement de studios de cinéma comme à la production du pétrole dans une raffinerie d'Emden. Devant le boycott des autres types d'entreprises, *Migros* a monté vingt-cinq usines différentes dont il assure le débouché à la production dans ses magasins. Il dispose enfin d'une presse particulière de six journaux et hebdomadaires de genres différents.

Pour la distribution des produits alimentaires, l'organisation *Migros* possède trois échelons distincts : la fédération de Zurich importe, produit, contrôle, les quinze coopératives régionales, couvrant l'ensemble du territoire, entreposent la marchandise, la distribuent et gèrent les magasins de détail de leur ressort. Les magasins de détail ne sont que les simples exécutants des coopératives.

En 1948, les fleurs, en Suisse, étaient encore un produit de luxe, vendu avec une forte marge bénéficiaire par les seuls fleuristes détaillants. Les dirigeants de la *Migros* décidèrent alors d'écouler à bas prix les fleurs de la Riviera italienne produites en abondance. Les droits de douane acquittés, les œillets revenaient à quatre centimes suisses l'unité tandis que les fleuristes les revendaient de soixante à quatre-vingts centimes ! Les importations de grandes quantités d'œillets permirent à *Migros* de vendre facilement des bouquets de seize fleurs pour un franc suisse, soit six centimes pièce. Dix ans plus tard les accords passés avec les *veilingen* néerlandaises portèrent leurs fruits. Les tulipes des Pays-Bas, importées de Rijnsburg sont vendues un franc les cinq. Aujourd'hui, la *Migros* a tout l'éventail des fleurs coupées produites en Europe sur ses présentoirs. Elle a même passé des contrats avec des horticulteurs suisses pour la livraison de fleurs et de plantes comme les œillets américains, les roses, les freesias, les iris, les narcisses et les chrysanthèmes. Trois cents magasins vendent des fleurs et des plantes en pots ; dans les nouvelles succurales que l'on ouvre, un secteur particulier est prévu pour ces ventes. Dans cinq supermarchés *Migros* en 1964, la vente pour 2.400.000 francs suisses de fleurs a représenté 3 % du chiffre d'affaires de ces magasins. Tandis qu'en 1961 la vente des fleurs et des plantes représentait une valeur globale de 9.200.000 francs suisses, en 1965 les 30 millions ont été atteints. Depuis 1961 la firme *Migros* exploite un brevet d'emballage de fleurs sous sachets de matière plastique qui est pour une large part dans l'augmentation des ventes de fleurs. Les *fleuristes détaillants ont longtemps boudé la tentative de* Migros, *puis leur chiffre d'affaires a augmenté sensiblement parce que beaucoup de personnes, venues à la consommation de la fleur par l'intermédiaire des supermarchés, consommaient en plus des fleurs de haute qualité acquises chez les fleuristes.*

Allemands, Néerlandais, Suédois, reprennent et amplifient les tentatives suisses. Ainsi, le P.V.S. néerlandais a passé un accord avec quinze supermarchés de l'agglomération lilloise pour fournir des fleurs issues de bulbes. En 1960, un horticulteur suédois a commencé à vendre ses fleurs à des libres-services. Sa production bientôt absorbée en totalité, il se fit importateur de fleurs. Ses commandes groupées chaque semaine lui permirent d'affréter un avion complet pour San Remo. Il s'occupait ensuite de la redistribution des fleurs importées. Aujourd'hui il a constitué un réseau personnel de vingt-huit magasins de fleurs à Gävle, Sandviken, Malmö, Göteborg, Karlstad et Stockholm. La plupart sont organisés en libres-services. Les fleurs sont préemballées, le client prend le bouquet ou le pot et paye à la caisse. Les frais de personnel sont très réduits. Depuis 1964 il possède une exploitation près de Malmö fournissant chaque année six millions d'œillets américains et deux millions de roses, ainsi que des plantes en pots et des feuillages. Le même producteur, devenu le principal

commerçant de Suède a ouvert à Malmö une halle aux fleurs à proximité d'un centre d'achat. Il expose 25.000 plantes en pots et 5.000 bouquets et la vente se fait uniquement en libre-service. Alors qu'en 1951 cet horticulteur avait installé une petite serre de culture en utilisant sa prime de libération militaire, soit 1.200 couronnes suédoises, son chiffre d'affaires treize ans plus tard s'élevait à quinze millions de couronnes.

Il est délicat d'essayer de déterminer la part qui revient à chacun des types de commercialisation. La clientèle achète-t-elle plus de fleurs aux fleuristes qu'aux marchands ambulants ? Les exploitants agricoles ne sont-ils pas capables de représenter une fraction importante du commerce ? En réalité il faut utiliser de simples renseignements dispersés dans les sources statistiques de différents pays pour essayer de répondre. Si en quantité on peut éventuellement chiffrer la part respective de chacun des commerces, en valeur, les fleuristes réalisent l'essentiel des ventes. L'organisation de la vente au détail en Allemagne fédérale se répartit ainsi selon une enquête du Centre National du Commerce Extérieur : la moitié du commerce de fleurs coupées et soixante pour cent de celui des plantes en pots est effectué par les fleuristes. Les marchands ambulants représentent une proportion de l'ordre de trente pour cent. Toutefois leurs services sont plus sollicités en Allemagne rhénane qu'ailleurs dans le territoire. Les entreprises horticoles dans leurs ventes directes à la clientèle écoulent de dix à quinze pour cent de la production. Les magasins d'alimentation et les chaînes de supermarchés accomplissent pour l'instant de cinq à dix pour cent seulement du commerce floral. Toutefois les professionnels allemands sont unanimes à reconnaître que le commerce intégré réalise des progrès sensibles dans ses ventes au détriment du commerce de détail des fleuristes traditionnels.

Devant la progression du chiffre d'affaires des magasins succursalistes, les fleuristes ont utilisé les propres armes qui ont servi à les battre. Ils ont développé les vitrines de vente automatique. Les Néerlandais font des tentatives en ce sens depuis plusieurs années ; les Allemands ont proposé des solutions originales. Les Néerlandais visent surtout à la diffusion de fleurs coupées de bulbes dans les magasins d'alimentation du Bénélux, du Royaume-Uni, et ont fait quelques tentatives dans le nord de la France. Il s'agit pour eux de disposer d'une vitrine réfrigérée homotherme mise à leur service ou fournie par eux, d'excellents modèles ayant été mis au point en ce domaine à Aalsmeer. Ils se chargent de l'approvisionner régulièrement en fleurs. Parfois ils se contentent d'un contrat d'achat, en quantité et prix déterminés, et laissent au commerçant la libre disposition de la place restante pour qu'il réalise l'assortiment de son choix. Ces vitrines de vente semblent avoir connu des fortunes diverses. Les commerçants n'ont pas surveillé de près l'évolution de la température et des bouquets se sont détériorés ; parfois les marges bénéficiaires sont apparues trop étroites par rapport à la gêne occasionnée par la présence de la vitrine réfrigérée. Les Allemands ont mis au point un service plus complexe peut-être mais plus efficace. Pendant les heures de fermeture des magasins de fleuristes, des vitrines de service automatique de vente sont à la disposition de la clientèle aux abords du magasin. Il s'agit pour l'acheteur d'appuyer sur un bouton qui fait parvenir automatiquement le bouquet désiré, disposé sur un plateau rotatif, devant une case qui s'ouvre après l'introduction d'une pièce de monnaie. Ce type de vente simple permet de réaliser en dehors des heures d'ouverture des parties importantes du chiffre d'affaires, surtout en fin de semaine. Il existe également des kiosques de vente disposés dans d'autres secteurs, en dehors des magasins de fleuristes.

II. • L'ORGANISATION DES TRANSPORTS

La fonction distributive ne peut se passer à l'heure actuelle en horticulture d'un appel à un moyen de transport. Puisque l'essentiel de la production n'est pas obtenu dans les régions de consommation, l'horticulture de banlieue étant impuissante à assurer une alimentation régulière et suffisante aux clientèles citadines voisines, les transports de produits horticoles

sont le seul moyen pour faire parvenir des régions de production aux régions de consommation les marchandises nécessaires.

On se souvient que le poète banni Alphonse Karr a été le premier à créer, voici bientôt un siècle, un circuit de distribution entre Nice et Paris. Le chemin de fer a été l'unique moyen au XIX[e] siècle pour faire parvenir les fleurs à des centres de consommation lointains. Certes depuis plus longtemps les produits horticoles fournissaient les bases d'un commerce, mais ils ne voyageaient que par le biais de leurs sous-produits, les essences et les concrètes, destinés à la fabrication des parfums. La fleur fraîche doit être livrée rapidement sur les lieux de consommation ; ni les transports à cheval, ni l'utilisation de la voie d'eau ne pouvaient offrir l'infrastructure nécessaire à ce genre de livraison. *L'ère du chemin de fer a donc ouvert les premières perspectives de développement à l'horticulture spéculative des régions méditerranéennes.* L'utilisation du wagon isotherme est aujourd'hui la condition essentielle des transports par voie ferrée mais ils sont maintenant concurrencés par des méthodes de transports plus directes et plus simple, le camion isotherme, ou plus rapides, l'avion.

Ces trois modes de transports se livrent sur certains parcours à une terrible concurrence ; sur certains itinéraires l'un de ces types l'a emporté et ne pourra être détrôné à brève échéance.

1. Les transports par voie ferrée

Avantages et inconvénients s'équilibrent dans ce type de transport (15). En effet le train rend deux services, il peut apporter à un très gros centre de consommation, Paris, Milan ou Londres, des fleurs coupées en grandes quantités, par wagons spéciaux. Il peut également, par la possibilité d'éclatement des rames dans les grandes gares, permettre l'envoi de colis isolés à une clientèle diffuse mais dont l'ensemble est très important par la masse des commandes qu'elle passe. Ainsi lors des périodes de première communion au mois de mai, si Paris absorbe l'essentiel de la production d'œillets niçois, toutes les villes de France demandent également des œillets à Nice, Antibes et Ollioules. Cette demande oblige à un énorme éclatement de la production qui peut partir, un même jour vers deux mille villes différentes en France et à l'étranger, et cela uniquement par la voie ferrée. Seule en effet la voie ferrée permet l'acheminement des petites quantités dans les lieux de consommation dispersés, alors qu'en période normale, au printemps par exemple, lorsqu'une fête particulière ne vient pas multiplier la demande, les marchés urbains de Paris, Lille et Bordeaux reçoivent à la commission un tonnage important mais qui n'atteint pas une grande valeur marchande. Une même quantité de fleurs peut être ainsi très diversement commercialisée en utilisant les facilités offertes par la voie ferrée.

Depuis le début de ce siècle les expéditeurs de Nice et de San Remo ont obtenu la création des *Trains des Fleurs* composés chacun d'une quinzaine de wagons réservés aux fleurs. Le train quitte les deux localités en début d'après-midi, de façon à livrer les fleurs à Paris dans la nuit, et en Suisse et en Allemagne en début de matinée pour le train italien. Si, au départ, ces trains sont uniquement composés de wagons de fleurs, bien vite du fait de la multiplicité des destinations l'éclatement se produit et les wagons sont rattachés aux trains rapides ou *accelerati.* Lorsque la demande est moins forte, le train est remplacé par des wagons qui sont attachés aux *express* et mieux encore, en plus du train des fleurs, il peut y avoir une série de wagons en partance de Nice ou de Vintimille dirigés vers les grands centres de consommation à l'aide de trains de voyageurs. Le grave inconvénient de ce type d'expédition

(15) *F. H.*, 4, 1966 : **Délais de transport applicable aux** plantes vivantes. Voir aussi toutes les études consacrées aux marchés nationaux par le C.N.C.E.

est l'absence d'isothermie des wagons de marchandises. Les fleurs s'abîment plus vite dans le transport, aussi le train des fleurs italien est-il prioritaire sur les autres trains de marchandises. Pour des distances qui n'excèdent pas le millier de kilomètres la possibilité de livraisons offertes aux expéditeurs est exceptionnelle et commode.

Plus encore que la gare routière, la gare ferroviaire du marché Saint-Augustin à Nice joue un rôle essentiel. Les fleurs hollandaises doivent aller jusqu'à la gare centrale d'Amsterdam pour leur expédition. Nice fait donc gagner du temps aux commerçants. Les trains directs en partance de Nice et les possibilités de bifurcations à Marseille, Lyon et Dijon permettent de couvrir l'ensemble de la France à la manière des trains de marée. Une partie des wagons isothermes du parc français est d'ailleurs utilisée aux deux transports qui sont complémentaires. Les professionnels italiens se plaignent de la lenteur de leur *Train des Fleurs* qui met de sept à huit heures pour aller de Vintimille à Chiasso, c'est-à-dire pour franchir 350 kilomètres. Ils souhaitent un aménagement des horaires. Dans certains pays l'entrée, sur le territoire, des fleurs par une seule gare est un moyen commode pour exercer un contrôle douanier ou phytosanitaire. Des gares comme Chiasso, Bâle, Forbach ou Kehl jouent un rôle essentiel dans le commerce international des fleurs et on comprend que des maisons d'exportation ou des groupements de commissionnaires ou de transitaires y aient établi des chambres de désinfection, étant donné l'énorme masse de produits horticoles qui y passe. Enfin les trains, et les trains des fleurs français en particulier, ont l'énorme avantage de permettre aux producteurs azuréens la vente à la commission sur les marchés intérieurs, puisqu'ils réalisent les transports en masse.

2. Les transports routiers

Ce type de transport a connu deux phases dans son établissement. La première phase a lancé l'idée d'un transport de fleurs par camion. Elle est le fait des diffuseurs directs. Ce sont des transporteurs en vrac munis d'une licence de transports venus livrer sur la Côte d'Azur ou à Gênes des marchandises et qui, pour ne pas effectuer un long voyage de retour à vide, remplissent le plateau de leur camion de fleurs à San Remo, Nice ou Antibes. Ce transport ne concurrence pas le train, pour la bonne raison que ces diffuseurs, surnommés les *nettoyeurs du marché* s'emparent d'une marchandise qui sans eux n'aurait pas été commercialisée, donc n'aurait, dans sa plus grande part, pas utilisé le train.

Dans une deuxième période le transport s'est organisé. Il est le fait de deux types d'entreprises. Ces mêmes diffuseurs ont tout de suite compris les dangers du transport en vrac. Les camions non préparés (absence d'étagères pour disposer les fleurs) mal isolés thermiquement (le gel en hiver détériorait les fleurs et la chaleur l'été les fanait), ne permettaient pas d'obtenir pour la marchandise un prix de vente rémunérateur. Cette moins-value était compensée par la réduction des charges fiscales (vente le plus souvent à des détaillants, sans facture). Aussi, devant les aléas d'un tel système de vente les diffuseurs se sont-ils organisés et équipés. Disposant d'un réseau commercial de clients attitrés, ils livrent maintenant des fleurs de meilleure qualité. Responsables de la diffusion de la fleur à bon marché dans les couches sociales qui, jusqu'à leur venue, n'étaient pas concernées par les achats de fleurs, les camionneurs développent ainsi les habitudes d'achats de fleurs de bonne qualité. Ils disposent pour cela d'un matériel de premier ordre : les camions isothermes. Exceptionnelles sont les entreprises, bien que cela se pratique, ne disposant que d'un seul camion, conduit par le propriétaire ; le plus souvent ce sont des sociétés équipées d'un parc de camions important et affectant à la ligne de la Côte d'Azur plusieurs unités. En direction du Midi les camions transportent des produits périssables, viande de volailles, beurres ou fromages; ils repartent avec les fleurs. Voir planche XXIV.

24. CAMION DE LIVRAISON DE FLEURS

Le réseau de distribution des principaux expéditeurs azuréens, ligures et hollandais s'étend sur l'Europe entière Beaucoup d'entreprises utilisent aujourd'hui, et en proportion croissante, le camion, comme moyen de livraison. Les camions sont équipés pour le transport de fleurs en vrac ou emballées ; la plupart sont dotés d'un appareillage isothermique.

Le mouvement inverse s'est d'ailleurs produit et l'on a vu des expéditeurs niçois s'organiser pour livrer le long d'itinéraires suivis et réguliers les fleurs et ramener les denrées périssables en retour. Ce type de livraison suppose des transports par grandes masses, donc la constitution de dépôts régionaux où les fleuristes d'un groupe de villes savent trouver un approvisionnement complet. La commercialisation par camion est utilisée également par les principaux expéditeurs de la Côte d'Azur, plus que par ceux de la Ligurie. Il consiste à créer en France, chacun selon ses habitudes de livraison et la répartition de sa clientèle, une série de magasins de demi-gros n'appartenant qu'à un seul expéditeur. Celui-ci, une ou plusieurs fois par semaine, selon la saison, alimente son dépôt régional par une livraison par camion, et la rotation du matériel est d'autant plus rapide que le camion au retour ne fait pas de *tramping* pour assurer son chargement. La constitution d'une forme originale de la distribution présente des avantages et des inconvénients pour ses promoteurs. Il est vrai que les transports par camion obligent à un chargement complet si l'on veut amener le rendement financier de l'opération à un bilan positif. Maintenant, sur le marché azuréen apparaissent des fleuristes des plus lointaines régions, Normandie, Flandre, Alsace. Au moment des grandes fêtes, ils viennent eux-mêmes s'approvisionner au marché de Saint-Augustin, comptant ainsi être mieux servis, à meilleur compte, et évitent les services de plusieurs intermédiaires.

Le transport routier ne peut pas compenser et remplacer les expéditions par voie ferrée. *Les deux systèmes de transports sont complémentaires plus que concurrents.* A certains moments l'un des deux systèmes peut l'emporter sur l'autre : en hiver le marché de San Remo expédie surtout par train car les routes de l'Apennin et des Alpes sont verglacées, dès le printemps le camion reprend l'avantage. Pour les transports excédant 1.000 kilomètres et inférieurs à 1.500 kilomètres, le train est plus rapide.

3. Les transports aériens

Il peut sembler que le transport aérien soit la meilleure solution pour la livraison d'un produit de haute valeur unitaire, de faible poids, et périssable. L'utilisation de l'avion permet une économie remarquable dans les domaines des emballages, des assurances et des livraisons des marchandises.

Le transport par air permet l'emploi d'emballages plus légers et moins coûteux dans la mesure où la marchandise pendant le transport est moins exposée à des ruptures, à des manipulations, des vols ou autres dommages qui sont normalement rencontrés dans les autres transports. L'incidence de l'assurance sur la valeur de la marchandise transportée par voie aérienne est minime, les prix étant bien inférieurs à ceux appliqués par les autres moyens de transports. La rapidité du service et la possibilité de livrer au client peu de temps après la réception de l'ordre, permettent d'éviter les grands stationnements de la marchandise dans les magasins avec les immobilisations de capitaux qui en découlent.

Les exportateurs et les importateurs se sont tournés vers l'avion avec appréhension à cause de l'incidence du prix de transport sur la valeur de la fleur, cependant la demande de plus en plus élevée de ce type de transport démontre que la phase expérimentale a été dépassée. Les exportateurs ont compris les avantages dérivant de la plus grande rapidité de la livraison des marchandises, la dépréciation du produit est réduite, la marchandise soutenant ainsi la concurrence avec les produits étrangers.

Le transport par avion pourrait être le système idéal de commercialisation. Pourtant, pour beaucoup de raisons, il ne s'est pas encore partout imposé. Deux types de régions existent dans la production : celles qui sont situées relativement près des centres de consommation, c'est-à-dire à moins de cinq cents kilomètres, et celles qui sont situées au-delà de cette

distance. Pour approvisionner Londres, les Italiens hésitent entre le train et l'avion ; pour expédier des fleurs à Francfort, les Niçois ont les deux possibilités. Un avion biréacteur décolle régulièrement en hiver de l'aéroport de Gênes-Sestri à destination de Dusseldorf. Le transport a commencé avec cinq quintaux de fleurs en début de saison ; au moment des fêtes de fin d'année le chargement atteignait cinq tonnes. Les colis ne comprennent presque exclusivement que des œillets de San Remo. Cela prouve que les prix des deux transports sont à peu près compétitifs.

Comme l'affrètement d'un camion, celui d'un avion suppose un chargement complet pour assurer la rentabilité de l'entreprise. Si le fret est insuffisant, l'opération n'est pas intéressante et peut être déficitaire. Comme le train, l'avion peut approvisionner un centre de redistribution. Pour des distances moyennes il semble qu'à l'heure actuelle le transport par voie aérienne est trop coûteux. Aussi les expéditeurs ne l'emploient qu'à la demande formelle des grossistes ou des fleuristes importateurs qui ont un besoin immédiat et inattendu de fleurs. Dès qu'il y a rupture de charge dans le transport ferroviaire ou routier (franchissement de la Manche ou du Kattegat) l'avion s'impose car il ne connaît pas ces inconvénients. Il s'impose également pour toutes les distances qui excèdent 1.500 kilomètres, donc pour toutes les régions de production méditerranéennes situées au sud d'une ligne Barcelone-Gênes. Le *Train des Fleurs* italien arrivé à Bâle fournissait quelques wagons au *Nord-Express*, la Suède était desservie en trente-trois heures (San Remo-Stockholm) ; l'avion met trois heures en moyenne de Nice à Arlanda !

Italie du Sud péninsulaire et insulaire, Malte, Israël, Afrique doivent obligatoirement utiliser l'avion pour que les fleurs soient livrées dans une qualité acceptable en Europe nord-occidentale. Dans ce cas il existe deux possibilités, étant bien entendu que les livraisons par avion faites par des particuliers demeurent très exceptionnelles. Les lignes aériennes offrent des possibilités de transport. Les colis de fleurs s'adaptent à la forme des cales des longs courriers et permettent d'équilibrer une charge. C'est donc un fret de choix pour les avions en provenance d'Afrique du Sud, du Moyen-Orient, de la Méditerranée centrale ou même des Etats-Unis. La deuxième possibilité est celle des *avions charters*, c'est-à-dire loués pour une seule, ou une série, de livraisons, par un expéditeur.

4. Les concurrences

Le prestige de la livraison par avion est tel qu'il reste coûteux et beaucoup d'expéditions qui pourraient emprunter ce moyen de transport s'adressent encore au train. Les producteurs varois préfèrent le train à l'avion pour approvisionner Covent Garden. Ils n'expédient par la voie aérienne qu'au moment où les vagues de tempêtes empêchent les ferry-boats de quitter Calais. Le train est encore le moyen le plus sûr en hiver pour faire parvenir en tout point d'Europe une commande de fleurs. La neige l'arrête exceptionnellement et il ne connaît ni le verglas, ni le brouillard, nuisibles au camion comme à l'avion.

Pour les transports transcontinentaux comme on l'a montré à propos de l'Afrique du Sud, l'avion abolit la distance. Des fleurs cueillies en même temps dans le Kent, dans le Var, à Palerme ou à Johannesburg peuvent être vendues en même temps à Covent Garden, et avoir été tributaires du camion, du train et de l'avion, parfois de deux moyens de transport successifs. On serait tenté d'utiliser les courbes isochrones pour définir les zones d'approvisionnement en produits horticoles d'un marché. Cela ne fonctionne pas toute l'année d'une manière régulière et l'on sait que l'avion demeure le moyen le plus momentané dans le réseau de transports des fleurs.

La K.L.M., imitée il y a quelques années par Air Nautic en France, a organisé un parc d'avions cargos dont les soutes sont spécialement aménagées pour le tranport floral. Les fleurs

proviennent d'un marché néerlandais et belge, et sont ainsi distribuées dans toute l'Europe septentrionale et occidentale. Un certain nombre d'aéroports jouent à cet égard un rôle distributif essentiel, comparable à un marché de gros, puisqu'ils sont le point de chute d'une quantité d'expéditions en provenance de pays très divers.

Londres-Heathrow, Stockholm-Arlanda, Berlin-Tegel ou Tempelhof, Dusseldorf, Paris-Orly, Genève-Cointrin, Munich, Oslo et même Rome-Léonardo-da-Vinci, et Vienne, sont les aéroports qui drainent l'essentiel du commerce extérieur en provenance de Schiphol-Amsterdam, Nice-Californie, Barcelone, Naples-Capodichino et des aéroports du monde entier (Moyen-Orient, Afrique Noire, Amérique).

Les prix pratiqués par les différents moyens de transports sont difficilement comparables. On ne peut assimiler le prix du transport en wagon S.T.E.F. d'une tonne ou de plusieurs tonnes d'œillets de Nice à Paris à celui du transport d'œillets de qualité acheminés en régime express ou en avion, et qui, à coup sûr, et pas forcément en raison de leur voyage en avion, trouvent un prix supérieur sur le marché de détail. Plus une fleur a une valeur unitaire élevée, moins le prix du transport est un obstacle à sa commercialisation. Il y a des tarifs dégressifs pour les envois en nombre, un wagon rempli de paniers de fleurs coûte moins cher que la moitié de ces paniers de fleurs expédiés en tarif *express*. Un avion *charter* est plus avantageux pour l'expéditeur que le remplissage d'une cale de Caravelle par des colis individuels. De la sorte, on peut toujours aligner des tarifs, établir des comparaisons, cela ne reflète qu'imparfaitement la part du montant du transport dans le prix de vente. La S.T.E.F. accorde aux expéditeurs par l'intermédiaire des associations coopératives ou syndicales des ristournes en fin de campagne. Les particuliers qui possèdent un avion trouvent des avantages à des expéditions massives et régulières. Les avions à moteur à piston sont parfaits pour ce genre de transport, (quelques aérodromes ont encore des pistes courtes), et sont de prix abordables car les compagnies aériennes pour moderniser leur parc d'avion liquident leurs anciens modèles dont la clientèle ne veut plus.

Ainsi, le marché de Vienne est approvisionné par les trois types de transports et les expéditeurs italiens s'inquiètent de l'avance prise sur le marché autrichien par les Pays-Bas et de l'apparition en force sur ce même marché d'autres pays fournisseurs comme Israël et l'Afrique du Sud. Ils attribuent cette progression au fait que tous les pays utilisent uniquement le transport aérien pour l'acheminement de leurs fleurs. Ils s'étonnent par ailleurs de ce que les producteurs italiens n'aient jusqu'à présent pas trouvé une solution adéquate pour éviter que le mimosa, les anémones ou les roses, n'arrivent en mauvais état sur le marché de Vienne à cause de la durée du transport en chemin de fer en wagon ordinaire comme cela a été le cas pendant tout le mois de février 1965. Ils suggèrent soit le chargement des expéditions dans un wagon réfrigérant qui serait accroché à un train de marchandises, soit l'acheminement par camions réfrigérants, moyen plus rapide et plus direct. Chaque grand marché de consommation européen est en réalité, suivant les périodes de l'année, alimenté par les trois types de transports. Passé le millier de kilomètres le camion laisse l'avion et le train assurer seuls le trafic.

Ainsi Geneve reçoit les fleurs italiennes et françaises par le même train, le train français Riviera-Genève ; mais l'aéroport de Cointrin reçoit quelques fleurs de valeur et les camions suisses ramènent de Catalogne les fleurs espagnoles. *Air France* et *Alitalia* prennent un tarif de fret trop élevé, les expéditeurs de fleurs utilisent peu cette possibilité de commercialisation. D'autres compagnies pratiquent des tarifs comparables à ceux des *colis express* de la *S.N.C.F.* L'avion peut diminuer le temps de parcours, son départ doit toutefois être calculé suivant les horaires de travail des douaniers allemands ou scandinaves. Des difficultés ont été rencontrées sur le marché allemand depuis que les autorités allemandes ont décidé de ne plus inspecter les fleurs arrivant sur les aérodromes de la République fédérale en vol de nuit. Cette décision retarde les fleurs italiennes qui ne peuvent plus atteindre les marchés du matin. Aussi, les fleurs s'envolent de Nice à 16 heures pour Dusseldorf, ou à minuit pour la Scandinavie, à 22 heures à Cagliari pour Malmö pour arriver lors de l'ouverture des services phytosanitaires et douaniers.

Après avoir mis en valeur les avantages respectifs des trois moyens de transport et de

livraison des produits de la floriculture, la comparaison entre les concurrences ainsi créées est indispensable. Pour la comprendre, on utilisera les trois marchés principaux d'expédition d'Europe, San Remo, Nice et Aalsmeer pour examiner dans quel délai et par quel type de transport ils parviennent à approvisionner l'ensemble du continent.

5. Le réseau de distribution des grands marchés

Plus que des lignes d'itinéraires, il faudrait pouvoir préciser quelles proportions de poids et de valeur transitent en un point particulier. La tentative est impossible. En effet, tandis que San Remo expédie sur le marché intérieur italien la moitié de ses fleurs en camion et l'autre par wagons, l'Allemagne est ravitaillée pour moitié en tonnage par voie ferrée et pour l'autre moitié par route et voie aérienne. Près de la moitié des exportations italiennes vers l'Allemagne est en valeur réalisée par avion. Pour la Scandinavie la totalité des expéditions italiennes est faite par avion. Les prix des transports aériens varient selon les compagnies et selon le type d'avion. Le montant du transport a donc des incidences variables sur le prix de vente. En outre selon les saisons les expéditeurs utilisent un moyen de transport de préférence à un autre. Dans le domaine du choix des transports, deux éléments ont des incidences sur la commercialisation des fleurs, les délais de livraison, et l'influence des prix des transports sur le prix de vente des fleurs.

A partir de San Remo les livraisons vers l'Autriche, la Suède, le Royaume-Uni, l'Allemagne et la Suisse sont importantes. Les expéditeurs italiens adressent des fleurs à l'Autriche. Pour cela ils disposent de trois itinéraires : la voie ferrée du Milan-Tarvis-Vienne, le col du Brenner et la route vers Salzbourg et Vienne, la voie aérienne jusqu'à Vienne. Dans ce dernier cas se pose le choix de l'aéroport de départ : Nice ou Milan ; les deux fois il y a eu rupture de charge sur l'aéroport. Le *train des fleurs* italien assure l'essentiel des livraisons jusqu'à Bâle, il éclate ensuite entre les deux principales directions de consommation, l'Allemagne du Sud et l'Allemagne rhénane.

Vers les pays allemands du Nord les livraisons, en particulier pour Hambourg, empruntent la voie aérienne au départ de Nice. En réalité la plupart des fleurs italiennes commercialisées à Hambourg ne proviennent pas de Ligurie mais de Sardaigne. Vers la Suisse, les facilités de livraisons sont très grandes car deux voies ferrées sont empruntées par le *train des fleurs* italien, celle de Chiasso-Saint-Gothard-Zurich, celle du Simplon. La voie ferrée française empruntée par le Riviera-Genève est aussi utilisée, le train français part en effet de Vintimille. Les expéditeurs de ce marché sont plus nombreux que ceux de San Remo à l'alimenter. Les livraisons vers le Royaume-Uni suivent les expéditions françaises par le rail, Nice-Paris-Calais-Douvres, avec également une possibilité d'éclatement à Paris pour quelques envois par voie ferroviaire sur la Belgique et les Pays-Bas. Le camion n'intervient pas du tout dans cet ensemble de distribution sur l'Europe occidentale. C'est donc vers le Nord-Est et le Nord que les Italiens ont le plus de choix pour les livraisons vers l'Autriche, l'Allemagne, la Suisse. Dans toutes les places essentielles pour le commerce extérieur italien en Europe, le rail et la route cont concurrentiels, sauf pour Hambourg, la Scandinavie et les Iles Britanniques.

Les expéditions à partir de Nice obéissent à des impératifs très différents. Les quatre cinquièmes des tonnages sont adressés sur le territoire national, le reste est distribué dans tous les pays d'Europe, en hiver. Rail et route se livrent une terrible concurrence en France, et l'on peut dire, en dehors de Paris et de Lille où le rail l'emporte largement en raison d'un système de commercialisation particulier, la vente à la commission, que partout ailleurs en France, deux et parfois trois systèmes de livraisons sont possibles. Les diffuseurs de la fleur

par camion ont tissé un tel réseau de distribution qu'aujourd'hui toutes les villes de plus de 50.000 habitants sont desservies une fois par semaine par camion. Le réseau aérien intérieur assez dense permet également d'assurer des livraisons exceptionnelles dans un délai très court, bien que le train offre de ce point de vue les plus grandes facilités d'éclatement pour les colis *express*. L'Ouest, le Nord-Est et toute la moitié méridionale de la France sont ainsi desservis par la route et le rail.

Nice dispose ensuite d'un avantage exceptionnel sur San Remo, son aéroport. La densité du trafic aérien est telle qu'à toute heure un expéditeur peut envisager une livraison vers une grande ville de l'Europe du Nord. La plus grande diffusion des fleurs azuréennes par rapport aux fleurs italiennes dans l'ensemble de l'Europe s'explique ainsi, à cette nuance près, et elle est d'importance, que les fleurs françaises sont expédiées en très petites quantités. Les fleurs italiennes assurent l'essentiel des importations des divers pays en provenance de la Méditerranée. Une position géographique très favorable, permet aux Niçois de s'adresser au train pour les livraisons sur les marchés suisse, rhénan et anglais, avec des délais à peu près semblables à ceux des Italiens ; les fleurs des deux pays empruntent souvent les mêmes rames.

La situation est très différente à Aalsmeer. Les Néerlandais doivent vendre dans toutes les grandes places du commerce européen. Leurs méthodes de calcul de prix leur permettent d'être concurrentiels presque partout. Les commandes sont chaque matin abondantes auprès des expéditeurs. Pour assurer leurs livraisons ils disposent de trois réseaux, comparables à ceux des Niçois. Le réseau routier, par autoroutes le plus souvent, permet de livrer en Rhénanie allemande, en Belgique, en France du Nord. Pour Paris, le train concurrence la route, c'est la seule place française avec Lille desservie par Aalsmeer. Vers le Royaume-Uni les liaisons aériennes Amsterdam-Londres sont assez fréquentes, et de plus la K.L.M. a des avions cargos aménagés pour ce genre de livraison. Le même parc d'avions permet de desservir également la Scandinavie, la Suède, le Danemark mais pour ce pays les livraisons sont très faibles, car la concurrence locale est vive, enfin Berlin-Ouest, par le réseau de la Lufthansa, tous approvisionnés par voie aérienne. Dans le secteur représenté par les directions du Sud-Est, Allemagne du Sud, Autriche et Suisse, rail et route sont utilisés ; l'avion sert à des expéditions de fleurs de valeur ou commandées d'urgence, vers Vienne et Zurich. Trois régions seulement en Europe échappent à des livraisons à partir d'Aalsmeer en moins d'une journée ; ce sont l'Ecosse (rareté du trafic aérien) ; l'Europe orientale (rareté des commandes de pays qui s'éveillent à la consommation étrangère) ; la plaine du Pô (essentiellement approvisionnée par la production italienne). Si des livraisons sont effectuées dans ces trois directions, elles sont occasionnelles et plus longues à acheminer.

L'examen des réseaux de distribution à partir des grands marchés fait apparaître l'absence de trois pays. Le commerce régulier des trois principales places d'expéditions ne se dirige pas vers l'Irlande, l'Espagne et le Portugal. L'Irlande a une production locale suffisante et importe des bouquets du Royaume-Uni ; sa consommation est faible. L'Espagne et le Portugal sont des pays faiblement consommateurs. Le Portugal a un commerce très restreint, approvisionné par de rares exploitations de banlieue. L'Espagne surproductrice dirige l'essentiel de ses fleurs coupées vers la Suisse et l'Allemagne. Les deux principales agglomérations, Madrid et Barcelone, ne peuvent être approvisionnées directement par les autres marchés européens, en raison de la difficulté des communications ferroviaires et aériennes. La péninsule ibérique est encore enclavée dans les réseaux de distribution de l'Europe ; elle ne s'est pas ouverte au grand commerce de la fleur coupée à partir de la Ligurie, de la Côte d'Azur et de la Hollande.

La plupart des autres régions expéditrices de fleurs, utilisent les réseaux mis en place par les trois grands marchés. Dans ces régions les volumes produits sont moins importants et profitent de certains avantages dans les transports publics. La région varoise rattache ses envois *aux trains des fleurs azuréens*. Les îles anglo-normandes luttent pour leur part pour obtenir des livraisons plus rapides vers Londres et le Lancashire. Des accords sont passés avec les chemins de fer et les compagnies aériennes britanniques.

Toutes les facilités offertes par les organismes de transports permettent aujourd'hui de centraliser sur quelques grandes places du commerce une masse très importante de produits

de l'horticulture. Les transporteurs sont équipés de véhicules de tous types pour répondre aux nécessités de la commercialisation des fleurs.

Ainsi, dans une première phase de la distribution, les producteurs ou les expéditeurs ont créé des réseaux de commercialisation en fonction des commandes éparses qu'ils recevaient. La voie ferrée l'emportait, seule elle permet en effet des livraisons en petites quantités dans un très grand nombre de points à la fois. La formation des grandes agglomérations consommatrices a poussé à la création de marchés de distribution régionaux. Sur les carreaux une masse très importante de produits horticoles s'est trouvée concentrée. Sur ces marchés se sont organisés des systèmes de vente capables de redistribuer les fleurs fournies par des régions très nombreuses et lointaines. De la sorte cette concentration des réseaux de transports, qui n'a pas pour autant éliminé les ventes de détail, dispersées sur les territoires nationaux, a permis la confrontation des apports et des prix pour des produits d'origines variés. Les courants commerciaux massifs grâce à la route, au rail et à l'avion, ont ainsi permis la création d'un nouveau type de marché de la fleur, le *marché de distribution*. Deux âges dans la distribution, deux méthodes dans l'approvisionnement coexistent aujourd'hui en Europe.

III. - LES MARCHÉS DE DISTRIBUTION

1. Les marchés de consommation

Après avoir subi leur complexe et rapide acheminement depuis la région de production, les fleurs aboutissent sur le marché d'une grande ville, sur un *marché de consommation*. Les fleuristes disposant d'une clientèle importante, assurés d'une vente régulière et massive, passent leurs commandes directement par téléphone auprès d'un expéditeur. Par divers moyens de transports, mais toujours rapidement, les fleurs leur ont été livrées, car ils s'adressent peu au marché de distribution local. L'ensemble des professionnels au contraire a l'habitude de s'approvisionner sur le marché de gros de l'agglomération. Une distinction nécessaire est à effectuer entre le marché de gros et de demi-gros qui peut s'abriter dans une construction particulière ou se juxtaposer au marché de gros des légumes et des fruits, et le marché de détail, souvent appelé aussi par le public *marché aux fleurs* et constitué par la concentration en un quartier de la ville d'un groupe de *revendeurs*. Ce type ne constitue qu'une forme originale du commerce ambulant.

Les prix pratiqués sur ces deux types de marchés sont d'ailleurs très différents ; les uns sont destinés à l'approvisionnement des professionnels fleuristes, les autres à vendre à la clientèle des citadins. L'Europe dispose ainsi d'une trentaine de ces marchés de gros, dont l'importance varie selon la nature de l'agglomération qui les entoure et le rôle national qu'ils peuvent jouer dans la redistribution. Par exemple, les marchés de Barcelone et Madrid sont essentiellement destinés à la clientèle d'une ville et ne permettent pas à des fleuristes de villes voisines de venir s'approvisionner. Ces villes sont isolées au milieu d'un contexte humain qui n'est pas consommateur de fleurs en dehors de la ville proprement dite. Au contraire, le marché de Francfort joue le rôle très différent d'un marché de redistribution au cœur de la vallée moyenne du Rhin. Viennent s'y approvisionner des fleuristes depuis Bingen jusqu'à Heidelberg. De la même façon le marché de Liverpool ou celui de Glasgow servent de centre de redistribution pour l'ensemble de l'agglomération au centre de laquelle ils sont situés. Il est donc très important de considérer le rôle tenu par ces marchés régionaux, qui peuvent

être dans certains cas nationaux dans la mesure où ils sont les seuls organismes de redistribution des produits horticoles pour un pays. Ils déterminent les prix pour un ensemble local, et par contrecoup, en tenant compte du nombre de détaillants, les marges bénéficiaires. Dans les pays peu producteurs de fleurs comme la Suède ou la Suisse, par rapport à la consommation générale élevée, ces marchés sont les seuls points où le détaillant peut s'approvisionner. On imagine mal comment un fleuriste détaillant de l'Europe nordique pourrait passer commande auprès d'un expéditeur méditerranéen pour la livraison d'une petite quantité de fleurs. Les formalités réclamées par la douane, au franchissement des frontières, les divers contrôles, qui peuvent s'appliquer à des envois massifs, groupés par un intermédiaire en place, provoquent en plus des manipulations une augmentation des prix à la livraison. L'envoi isolé ne peut être réalisé à très longue distance ; de la sorte, les fleuristes sont bien obligés de regarder vers ces marchés régionaux.

L'approvisionnement des marchés de gros est réalisé de plusieurs façons. Les apports d'une production locale peuvent être dans certains cas, pendant quelques périodes de l'année, importants. Il faut déjà apporter de sensibles nuances à cette affirmation. Beaucoup de détaillants fleuristes au moment où la production locale entre en floraison, ont l'habitude de passer une commande téléphonique auprès du producteur pour obtenir des fleurs fraîches de haute qualité, et évitent de passer par le marché, ce qui représente pour eux un gain de temps dans la mesure où la livraison est effectuée à leur magasin. Les fleurs coupées et les plantes en pots sont, malgré tout, apportées en quantités notables à partir des exploitations de la banlieue. L'approvisionnement peut être aussi réalisé à moyenne distance. C'est le cas de la Cornouaille anglaise qui expédie ses fleurs vers le marché de Covent Garden à Londres. Les îles anglo-normandes, mal situées par rapport au centre de consommation londonien ont l'habitude de diriger également vers lui l'essentiel de leur production. Mieux encore, certains marchés proches d'une frontière sont approvisionnés par une région voisine située en pays étranger. Les cas de la Ruhr alimentée par les Néerlandais, de Lille par les Flamands belges, de Malmö par les Danois sont connus et ont leur importance.

2. Les méthodes de vente

Les grossistes et les demi-grossistes installés sur le marché reçoivent l'essentiel des fleurs à commercialiser dans la ville. Les grossistes importateurs passent commande en fonction de la situation locale de l'offre et de la demande. Compte tenu de l'insuffisance des apports locaux, régionaux ou nationaux, les grossistes réclament à des expéditeurs placés sur les marchés de production l'envoi des marchandises nécessaires pour satisfaire la demande. Ainsi de toutes les places commerciales de l'Allemagne partent, quotidiennement, les commandes vers les marchés méditerranéens en hiver. En été les commandes continuent à fournir des produits d'appoint à une production locale toujours déficitaire, malgré l'accroissement des surfaces de culture. Un autre système, beaucoup plus fragile pour les producteurs, provient de la réception par les commissionnaires du marché, des fleurs qu'ils n'ont pas commandées. C'est le système anglais. Les Allemands pour leur part restent attachés aux quantités précises commandées et ne veulent pas admettre, à juste titre, que les expéditeurs lointains leur forcent la main en leur adressant davantage de fleurs.

Les commissionnaires anglais attendent de vendre les fleurs qu'on leur adresse. La différence est d'importance. Si l'on peut imaginer que les grossistes importateurs allemands sont assez habiles pour éviter la surcharge locale du marché en pratiquant une restriction des importations au moment opportun car en vingt-quatre heures ils sont capables de ralentir le rythme des expéditions lointaines, au contraire les Anglais ne sont pas maîtres de leurs marchés. Ils subissent la tutelle des producteurs. Une telle pratique a provoqué la consti-

tution d'un des marchés les plus désorganisés du monde. En effet, les réactions des producteurs sont très lentes et une période de marasme du marché de gros est difficile à résorber. Quelques dizaines d'importateurs allemands peuvent assainir le marché régional ou même national en modifiant l'ampleur de leurs commandes. Ils répercutent ainsi leurs difficultés sur le marché de production, en particulier essentiellement celui de San Remo, principal point de départ des fleurs italiennes vers l'Allemagne, et à un moindre degré vers celui d'Aalsmeer.

Les *commissionnaires* anglais peuvent difficilement diriger le marché de leur pays. Devant un afflux de produits leur seule réaction possible est la baisse des prix, ce qui ne provoque pas obligatoirement un appel plus grand à la consommation. Il leur est difficile de prévenir les centaines, parfois les milliers de producteurs des Iles Britanniques, du continent européen, des îles de la Méditerranée, de l'Afrique Noire, d'avoir à ralentir leurs envois dans les délais les plus immédiats. Tous les producteurs n'ont pas la possibilité en Europe de connaître quotidiennement les cours de Covent Garden. Il en résulte l'évolution très lente du marché. D'un côté les commissionnaires n'ont pas à avoir de réactions rapides car leurs marges bénéficiaires ne sont pas considérablement modifiées par une évolution de l'offre, de l'autre les producteurs espèrent toujours une évolution de l'offre résultant de la restriction des envois d'une autre région que la leur, capable de faire évoluer favorablement les prix. Ainsi une sorte de dialogue de sourd s'est établi depuis un demi-siècle dans le Royaume-Uni. L'adhésion des Britanniques à la Communauté des Six pourrait provoquer un bouleversement des structures de la commercialisation. Les Néerlandais en particulier, avec leurs méthodes de ventes efficaces, auraient tôt fait d'acquérir la faveur des détaillants fleuristes et de ruiner une partie du commerce archaïque de Covent Garden. Les Néerlandais ont déjà réalisé des accords qui leur laissent espérer un développement de leurs ventes par l'installation de circuits courts. Ces efforts, en tout cas, vont à l'encontre des intérêts des intermédiaires actuels.

3. L'organisation technique des marchés

Elle est très différente et chaque marché est un cas très particulier. Parfois les grossistes occupent simplement le carreau loué sur un marché urbain aux services municipaux. Ils versent alors une redevance proportionnelle à la surface occupée, et ne bénéficient pas d'une infrastructure particulière. Ils sont traités comme des maraîchers qui commercialisent leur marchandise en vrac. D'autres disposent d'un équipement suffisant. Par exemple les différents marchés actuellement construits en Allemagne, ou reconstruits, deviennent des organismes complexes et fonctionnels. Dans ce cas, les municipalités ne veulent pas être les seules à supporter les frais d'équipement. Un accord entre trois parties est passé, les municipalités, les grossistes dépositaires et les producteurs locaux. Les acheteurs ne peuvent être que des fleuristes, des revendeurs, possesseurs d'une carte payante d'entrée. De la sorte tout le monde y trouve son compte. Les municipalités, parce qu'une grande réalisation spectaculaire a été amortie facilement, les producteurs de la banlieue disposant de locaux commodes pour présenter, et au besoin conserver, leurs marchandises en attendant la vente, les grossistes enfin bénéficiant de conditions de travail exceptionnelles.

Il n'est pas rare en effet de trouver un marché équipé d'un central téléphonique, de chambres frigorifiques, de bureaux commerciaux, de succursales bancaires, de restaurants, bref de tous les éléments nécessaires au bon fonctionnement des transactions, et ce qui n'est pas le moindre des avantages au sein d'une grande ville, d'un vaste emplacement pour le garage des véhicules. Les fleuristes des régions périphériques n'hésitent pas à se rendre sur le marché, certains de trouver, en plus de l'emplacement réservé à leur voiture, les meilleures conditions de transport qui mettent en valeur la fraîcheur des fleurs locales. En France, au marché de Rungis, les professionnels parisiens trouveront ainsi toutes les facilités pour leurs

transactions ; mais les Parisiens pour une grande part ont un système d'approvisionnement différent, un des plus complexes du monde.

Les fleuristes parisiens peuvent à tout moment commander aux expéditeurs de la Côte d'Azur ou d'Angers des fleurs susceptibles de leur être livrées quelques heures après par la voie aérienne et en moins d'une journée par la voie ferroviaire. De la sorte, ils sont tributaires du marché de gros. Par ailleurs la production horticole locale de banlieue est importante ; on peut directement se rendre dans une exploitation de roses ou d'orchidées et avoir, en moins de deux heures, dans le magasin, des fleurs nécessaires pour faire face à une vente importante et imprévue et la satisfaire avec des fleurs d'une qualité exceptionnelle. Ainsi se trouve partiellement justifiée la floriculture péri-urbaine. Les grossistes parisiens enfin sont approvisionnés de deux manières, à la commission et à la commande. Jamais on ne répétera avec assez de véhémence que les producteurs acharnés à livrer leurs fleurs aux commissionnaires parisiens, utilisent le *moyen de commercialisation le plus facile et le plus mauvais*. Dans cette méthode archaïque de vente, ils ne sont maîtres ni des prix ni des quantités livrées sur le marché. Entre la cession de la marchandise et la vente de celle-ci par le commissionnaire près de deux jours peuvent s'écouler, délai pendant lequel le floriculteur ne peut exercer aucun contrôle sur une marchandise qui lui appartient toujours. Il a, de plus, à sa charge les frais et les risques du transport.

Comme à Londres la méthode est donc critiquable, pour les deux parties, producteurs et négociants. Les fleurs ainsi livrées à Paris entrent en concurrence avec les fleurs livrées à la commande qui, elles sont responsables de la fixation du prix, qui a été débattu au préalable entre le grossiste et l'expéditeur. Ces commandes fixes viennent essentiellement des Pays-Bas. Les expéditeurs d'Aalsmeer consultent les grossistes importateurs français pour connaître la tendance du marché parisien et les capacité d'absorption de ce marché pour une partie de leurs fleurs. Plus encore que des quantités ils s'enquerrent des cours des fleurs, car, en fin de compte, les fleurs seront vendues en fonction des deux critères de qualité et de prix. Ils conviennent d'un prix de livraison des fleurs *avant d'être en possession* eux-mêmes d'une marchandise dont ils *fixeront seuls le prix*. Ainsi les prix qu'ils proposent sur le marché parisien, et ce n'est qu'un exemple répété chaque jour sur une dizaine de marchés européens, sont compétitifs et *imposent* les fleurs de Hollande. Tandis que les expéditeurs néerlandais sont sûrs de vendre leur marchandise, les producteurs-expéditeurs à la commission, eux, ne le sont pas.

Le système de commercialisation des fleurs sur la place de Paris est donc très complexe, et les prix pratiqués ne sont pas homogènes. La présence d'une clientèle disposée à payer très cher des fleurs de qualité incite les fleuristes à s'attacher à un approvisionnement en petites quantités mais sur lequel ils pourront appliquer des marges bénéficiaires considérables. Il est délicat, dans ce contexte, d'essayer de commercialiser des fleurs à bas prix. La démocratisation de la fleur ne peut venir des fleuristes de l'agglomération parisienne. Si la profession veut amplifier les quantités vendues elle doit s'attacher à d'autres systèmes de commercialisation et en particulier modifier les circuits. Cette possibilité est offerte par les magasins à succursales. Ces remarques permettent de mieux comprendre de quelle façon les fleurs, commercialisées de manières très différentes, passant entre un nombre de mains variable, peuvent atteindre des prix différents. Voilà une des pierres d'achoppement de cette étude : *indiquer un prix uniforme par région est un leurre*. On ne peut comparer le prix d'une fleur, établi sur une place de commerce à partir d'un circuit simple, à celui obtenu par une fleur identique passée entre les mains de quatre intermédiaires. Il est difficile de rechercher dans une grande ville une raison à l'établissement des prix. L'importance et le rôle des différents intermédiaires a grevé la fleur d'une augmentation considérable de son prix de départ. En fin de circuit le fleuriste ajoute une marge bénéficiaire très importante.

Différents types de marchés au cœur des régions de consommation se sont constitués. Par exemple, le marché de Neuss, en Rhénanie, est un marché de regroupement de la production régionale, d'une partie de la production nationale et des apports étrangers, néerlandais, belges, italiens. Des marchés suédois ou suisses lui sont comparables. Dans la plupart des cas le système de fonctionnement est celui d'une *veiling*. Les grands marchés

urbains, aussi variées que soient les méthodes de vente et d'approvisionnement, constituent un autre groupe. Entrent dans cette catégorie Rome, Paris, Londres. Ces marchés consomment la plupart des fleurs qui leur sont livrées ; leur fonction redistributive est très limitée dans l'espace et le temps. Une troisième catégorie est représentée par des marchés de redistribution comme ceux de Francfort, de Lyon, de Vienne, de Stockholm.

4. L'évolution du commerce

Il est exceptionnel de disposer de renseignements aussi complets que ceux fournis par les associations de bulbiculteurs néerlandais. Elles ont établi, en 1965, une statistique comparative sur les débouchés de leurs bulbes aux Etats-Unis. Le tableau ci-dessous montre que les bulbes sont commercialisés suivant huit directions principales, dont l'importance varie selon les besoins des acheteurs, mais qui représentent au total un chiffre d'affaires très important. On ne peut toutefois prendre ce tableau comme un reflet de l'importance réelle de chacun des organismes de distribution, car les fleuristes ne sont pas concernés par la vente de bulbes à la clientèle. Il reste toutefois intéressant de noter la place prise par les magasins non spécialisés du type succursaliste.

Exportations néerlandaises de bulbes et oignons à fleurs aux Etats-Unis, par catégories d'acheteurs
(*En dollars*)

Campagne	Forceurs	Horticulteurs	Magasins Spécialisés	Magasins non spécialisés		Entreprises de vente par correspondance	Parcs	Non déterminé	Total
				Supermarchés	Autres magasins				
1959-60 ..	2.818.710	292.733	3.019.308	1.558.941	2.753.607	1.284,755	159.581	455.107	12.336.538
1963-64 ..	2.290.560	205.741	2.676.705	1.508.761	1.775.697	1.149.213	187.674	205.641	9.999.992
En % ..	22,91	2,06	26,77	15,09	17,76	11,49	1,87	2.05	100

La preuve est faite du rôle décisif dans la distribution tenue par les magasins alimentaires et les grands magasins, l'Europe imitant en cela, avec quelques années de retard, les Etats-Unis. Cette modification des habitudes d'achat a entraîné à son tour un changement dans les réseaux de distribution. A l'heure actuelle les courants commerciaux sont rendus plus complexes dans la distribution des fleurs par suite de l'arrivée, sur les marchés des grandes villes, de productions venues de pays nouveaux et qui, pratiquant une forme originale de *dumping*, essaient de s'imposer. A l'intérieur de la C.E.E. les règles de la concurrence sont plus vives encore qu'à l'étranger. Tandis que le commerce entre les pays de la C.E.E. et les pays tiers est quelque peu gêné par les droits de douanes, à l'intérieur de la Communauté les rivalités sont aiguës (16). Les fleurs de haute qualité trouvent un écoulement régulier, la grande masse des fleurs courantes est vendue par contre beaucoup plus difficilement par les expéditeurs de toutes les grandes places de commerce. Les détaillants des grandes villes, pour de multiples raisons sont moins enclins à demander les qualités courantes que les variétés de premier choix. Les commerçants expéditeurs doivent ainsi trouver place pour cette marchandise secondaire auprès de couches sociales qui n'ont pas l'habitude d'acheter régulièrement de grosses quantités de fleurs. Des sacrifices de prix sont nécessaires pour gagner à l'idée de consommation ces masses indécises. Les villes, moyennes ou petites, sont les plus capables d'offrir un débouché à ce genre de production. La réalisation du Marché Commun Agricole verra la fin d'une période de transition pendant laquelle les diffuseurs auront gagné la difficile

(16) *F. P.*, 11, 1965, Castéla P. : Le regioni floricole mediterranee di fronte alla concorrenza nordica.

bataille des habitudes d'achat. Les consommateurs ainsi acquis en viendront, dans une phase ultérieure, à la décision d'acheter des fleurs plus chères.

Les producteurs doivent réduire les prix sur les places de distribution. Par exemple, à différentes reprises dans une année, les fleurs sont moins chères à Paris qu'à Nice, moins chères aussi à Milan ou à Turin qu'à San Remo. Cela tient à l'organisation de la distribution, obligeant les intermédiaires des Pays-Bas à réduire leurs frais. Par contrecoup tout le commerce floral est atteint. La sévère réglementation des marchés néerlandais forçant à la sélection de belles fleurs tente davantage les détaillants fleuristes que la production plus hétérogène des pays méditerranéens.

Si, en théorie, aucun obstacle ne s'oppose à ce que les producteurs distribuent eux-mêmes leur marchandise dans le but d'obtenir un plus grand profit, du point de vue pratique, la séparation entre les fonctions productive et distributive est absolument nécessaire. Le même homme ne peut encourir à la fois les deux risques de la production et de la commercialisation. S'il le fait, c'est au détriment de l'une des deux parties, et les difficultés suscitées par l'une entraînent automatiquement les déboires de l'autre. Les initiatives des coopératives ont été vouées à l'échec même si l'aspiration à la coopération est louable. L'expérience a montré que les coopératives sont obligées, tôt ou tard, à commercialiser des produits de moins bonne qualité par suite de l'insuffisance dans l'assortiment.

Les commerçants, pour leur part, mettent à la disposition des organisations professionnelles leur spécialisation et leurs capacités. Ils tiennent compte des pressions de la clientèle ou des autres organismes de distribution, et surtout, effectuent les complexes formalités administratives nécessaires pour les expéditions à l'étranger. Les commerçants jouent aussi un rôle décisif dans le circuit de l'argent entre la clientèle et les producteurs. Les horticulteurs pour faire face aux progrès des techniques, sont obligés d'investir de plus en plus leurs bénéfices dans des dépenses d'infrastructure dans le cadre de l'autofinancement. Le producteur doit effectuer des financements à court terme dans son entreprise, et il emploie la plupart de ses disponibilités financières, de sorte qu'il lui est difficile d'envisager également des investissements dans le cycle de la distribution. Les commerçants sont donc chargés de payer comptant ou dans un très bref délai, la marchandise qui leur est fournie par les producteurs, et de concéder, par contre, des délais importants à leurs client nationaux ou étrangers. En outre, *le commerçant supporte les risques de l'insolvabilité des détaillants* et des importateurs ; risques qui ont pris une incontestable importance depuis quelques années.

Par ailleurs, le producteur ne pourrait se tenir au courant des besoins des multiples clients utilisateurs de ses fleurs. Le commerçant pour sa part, en relation constante avec sa clientèle d'acheteur, rencontre chaque jour sur le marché le producteur et peut lui faire savoir les principales tendances d'un marché lointain et lui permettre d'orienter son travail vers la recherche d'un plus grand profit. Suivant les pays, les rapports entre les producteurs et les commerçants sont mauvais ou excellents. Tous les producteurs ont cessé de considérer les expéditeurs comme un « mal nécessaire ». Les intermédiaires se trouvent dans une phase d'adaptation à de nouvelles conjonctures. Le dynamisme du marché, son expansion, l'augmentation de la consommation nationale, poussent les expéditeurs de toutes les régions de production à entreprendre la conquête de nouveaux débouchés. Les concurrences se font plus vives ; les commerçants n'hésitent pas à utiliser des moyens de transports très modernes, parfois même très coûteux. Aussi, les arbitrages internationaux sont ils devenus nécessaires et réclamés par beaucoup de professionnels L'harmonisation des normes de commercialisation, la surveillance des aides apportées par les états aux floricultures nationales, la stricte application des décisions prises dans le cadre de l'organisation du Marché Commun Agricole sont autant de sujets d'âpres discussions à Bruxelles ou dans le cadre des ententes interprofessionnelles.

Producteurs et commerçants sont solidaires des leurs activités complémentaires et non plus antinomiques. Toutes les catégories intéressées doivent, par-delà des oppositions momentanées d'intérêts particuliers, résoudre les difficultés principales du Marché de la Fleur, en réduisant les prix, en conservant une constance dans les variétés commercialisées, une stabilité dans les cours, une production régulière malgré les aléas climatiques.

III. LA GUERRE DES PRIX

En Europe, le commerce des produits horticoles ornementaux répond à un certain nombre d'impératifs. Les régions de production profitent d'avantages locaux qui leur permettent de se développer dans le concert de la concurrence internationale. Ces avantages sont de tous ordres, naturels, techniques, humains, commerciaux. Tous réunis, ces différents éléments ne suffisent pas à créer les courants de commerce qui vont conduire les fleurs vers les centres de consommation. Entre en ligne de compte en premier lieu le prix auquel est proposée la marchandise. Ainsi, les fleurs néerlandaises vendues à Aalsmeer atteindraient certainement des prix plus élevés dans le cadre d'autres circuits de commercialisation ; mais si la vente est effectivement possible a des prix plus élevés, elle ne porterait pas sur une masse aussi importante de fleurs. Un moins grand nombre d'horticulteurs pourrait mieux vivre autour des coopératives d'Aalsmeer. Une situation de prix, créée par les acheteurs, permet, dans l'ancienne Haarlemmer Meer, de subsister à une masse de plus d'un millier de floriculteurs.

Le deuxième groupe d'incidences sur la commercialisation des fleurs se trouve réalisé sur les places de redistribution. Sur ces marchés de gros, les prix s'établissent dans le jeu d'une concurrence très vive entre des produits d'origines très diverses mais qui disposent chacun d'avantages particuliers. Certaines espèces ou variétés de fleurs s'imposent à la vente par leur qualité ; d'autres, de qualité inférieure, par la masse des apports qui font baisser les prix et provoquent l'appel à une clientèle différente qui absorbe, en fin de compte, la marchandise. Le détaillant, à l'extrémité de la chaîne de distribution, est donc le principal responsable de la réussite du commerce floral. Il ne peut en réalité gagner à la consommation une clientèle que par une tentation de prix. Si le désir de l'acquisition des fleurs est généralisé dans les masses urbaines en relation avec une attitude psychologique déjà soulignée, l'obstacle principal qui tempère la tentation d'achat est celui du prix. Il faut donc encourager la tendance à l'achat par l'établissement d'un *prix abordable* qui tienne compte des multiples incidences exercées sur la fleur depuis le moment où elle a été détachée de sa plante jusqu'à celui où elle est pressée dans un bouquet pour être offerte.

Autrement dit, à deux niveaux différents, celui de la production, celui de la commercialisation de détail, le prix intervient d'une manière décisive pour la réussite professionnelle de tous ceux qui se sont occupés de la fleur. Les intermédiaires dont le nombre et l'importance sont variables, ont exercé un contrôle sur les prix, l'ont modifié, mais en aucun cas n'ont déterminé d'une manière décisive le prix à la production et à la vente. Sans doute les marges bénéficiaires trouvent-elles leur justification dans une juste rémunération des activités indispensables à la commercialisation. Quelques intermédiaires toutefois semblent inutiles dans le circuit de la chaîne. Les *marges bénéficiaires* sont à peu près toujours les mêmes et ne tiennent pas compte des tendances du marché. Leur élasticité ne prouve pas qu'elles servent à équilibrer les prix à travers les fluctuations de la production et de la consommation. Beaucoup d'intermédiaires grèvent la fleur d'un supplément de prix à peu près toujours identique, de sorte que les variations extrêmes des prix peuvent seulement être profitables ou néfastes, au producteur et au revendeur. Les écarts locaux et saisonniers sont décisifs dans les réussites des entreprises de tous types qui s'occupent de la fleur.

1. Les écarts de prix

Les prix varient suivant deux directions principales, dans l'espace et le temps, suivant la période de l'année et suivant les régions. Reste à déterminer si l'une des deux variations influence l'autre ou s'il y a une étroite interdépendance.

a) Variations dans le temps.

La première incidence sur les prix est déterminée, comme pour la plupart des produits agricoles, par le jeu de la loi de l'offre et de la demande.

Quelles que soient les données de la production, la clientèle consomme, à coup sûr, une grande quantité de fleurs à certaines périodes de l'année. Fêtes religieuses et civiles sont l'occasion, à trois moments de l'année d'une grosse consommation : fin octobre, fin décembre, de fin mars à début mai. La consommation est alors encouragée par des habitudes particulières liées à la vie religieuse et par des traditions entretenues au sein de la clientèle par les organisations horticoles pour la troisième période.

Ces habitudes d'achats de fleurs déterminent une consommation prévisible et fixe. En effet, les achats de fin octobre portent sur une fleur principale, le chrysanthème ; ceux des fêtes de fin d'année sur des fleurs de haute qualité et chères. Les prix réagissent en fonction de la demande. Les chrysanthèmes ont longtemps subi l'influence de l'offre locale. Les producteurs des banlieues mettaient en culture les plantes nécessaires pour couvrir la consommation de la ville. Les habitudes d'achats de chrysanthèmes en pots, plus que de fleurs coupées, ne permettent pas d'envisager un commerce à longue distance, du fait du poids excessif des plantes et de la faible valeur marchande des chrysanthèmes. L'ensemble de la population, sans distinction sociale, tenant à orner les tombes, achète en France en particulier, des plantes de chrysanthèmes. Les prix ne peuvent être prohibitifs, car ils entraîneraient l'élimination d'une part essentielle des acheteurs. Les conditions climatiques du mois d'octobre sont donc déterminantes pour la plupart des cultures et pour l'établissement du prix. Un "accident climatique" gros orage ou coup de froid, peut tout remettre en question. La destruction d'une partie des plantes ou le ralentissement de la floraison peuvent faire monter les prix des chrysanthèmes en pots. (Voir figure 27 ci-dessous.)

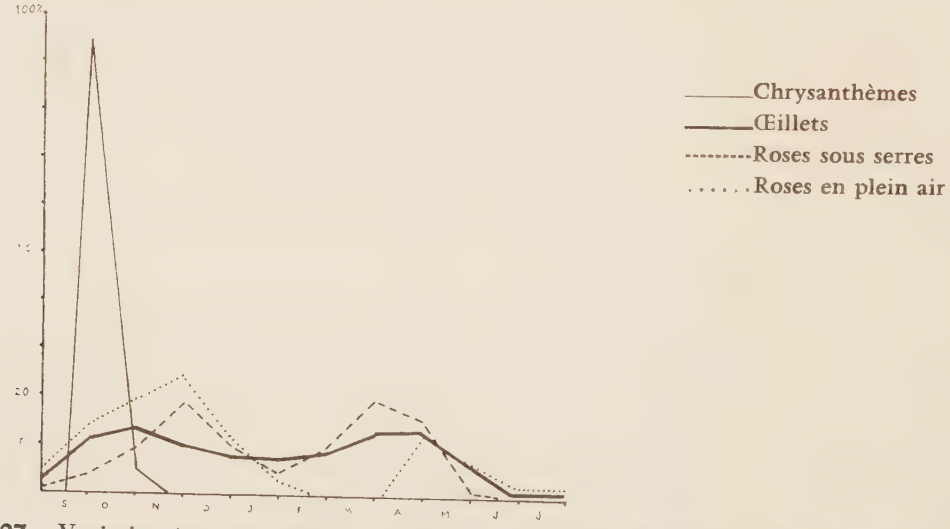


Figure 27 : Variation (en pourcentage) des apports de fleurs à San Remo au cours d'une année.

Alors, intervient dans la détermination du prix un autre élément, la concurrence. La clientèle ne peut plus acheter de plantes en pots devenues prohibitives, elle s'adresse aux fleurs coupées qui peuvent lui être fournies par d'autres régions de production. Deux espèces de fleurs sont essentielles dans ce cas, les œillets et les chrysanthèmes.

Les œillets des régions méditerranéennes alors en pleine floraison trouvent ainsi une des périodes les plus favorables de vente, œillets de toutes couleurs d'ailleurs, car, suivant les régions, selon les habitudes religieuses et même les opinions politiques, les familles ont l'habitude de choisir des fleurs bien déterminées. Les apports les plus originaux proviennent des grandes entreprises de production de chrysanthèmes à fleurs coupées. Ces *usines à fleurs* travaillent sur un matériau particulièrement malléable ; elles ont préparé pour le jour voulu, en quantité prévisible, les masses de fleurs nécessaires à ce genre de marché. Le régime du jour court, le forçage par le chauffage, les différentes techniques de culture dans les gigantesques serres modernes permettent de mettre sur le marché les quantités de fleurs nécessaires pour compléter les insuffisances de la production locale des grandes villes. Ainsi les prix des fleurs coupées peuvent modérer, dans leur progression, les prix des autres chrysanthèmes, qui, sans cette pondération n'auraient pu se vendre. *L'augmentation des prix en octobre pour certaines fleurs, traditionnellement prévisible et forte, dans le temps, est maintenant pondérée par des données d'espace.* La production de quelques grandes entreprises régularise le marché.

Pendant la deuxième période d'achats, les fêtes de fin d'année, dans toute l'Europe, méditerranéenne et nordique, l'hiver s'est installé avec ses rigueurs et ses excès. La production de serre des régions septentrionales diminue, ne fournit plus que des qualités ou des variétés vendues à des prix élevés pour compenser les dépenses de chauffage et d'éclairage devenues nécessaires à leur obtention. Les régions méditerranéennes de culture en plein air ont pu, parfois, subir les assauts du froid et perdre une partie de leur potentiel de production.

Figure 28 : Comparaison de l'évolution des prix de gros des œillets allemands et français (Enquête C.N.C.E. 1961 ; en francs les 100)

A Hambourg : Transactions entre grossistes et fleuristes.
A Nice : Transactions entre producteurs et expéditeurs.

La période de fin d'année est donc, à plus d'un titre, une période de prix élevés, du Midi au Nord de l'Europe, et des facteurs spatiaux ne peuvent venir, aussi facilement qu'en octobre, pondérer le marché de leur production massive et à bon compte. La variation des prix dans le calendrier de production est donc bien nette et reste très sensible en Europe.

Tout diffère au moment du printemps, La montée de la sève dans les tiges pousse à la floraison. Avec un décalage de plusieurs semaines, décalage que la technique d'ailleurs atténue sans cesse davantage, les plantes fournissent une floraison abondante dès le mois de mars et jusqu'en mai-juin. Cette période de forte production a son incidence sur les prix. Deux réactions l'expliquent : la clientèle subit les nécessités d'achat pour un certain nombre de fêtes, et des tentations plus grandes sont offertes par la masse des détaillants. Les pulsations des prix sont beaucoup plus brutales et rapides que dans les autres périodes de l'année. Les prix à la production sont particulièrement élastiques. Les dents de scie des graphiques de prix à Nice ou San Remo sont très nettes ; elles le sont moins à Aalsmeer où l'essentiel de la production se place en été. Ces variations correspondent à trois fêtes religieuses, Pâques, l'Ascension et Pentecôte et à une fête civile, la Fête des Mères. Dans l'intervalle, les cérémonies de mariage et les Premières Communions ont été nombreuses. Les marchés de distribution subissent ainsi des demandes brèves mais violentes. (Voir figure 29.)

La demande ne s'exerce pas partout en même temps en Europe Occidentale. Munich peut avoir l'optimum de la période des mariages et des communions paroissiales à un autre moment que Milan ou Liverpool. En Angleterre d'ailleurs tous les mariages sont bloqués en mars pour des raisons fiscales (17), ce qui détermine un *affolement des cours* sur une très brève période. Suivant les commandes reçues à Nice ou à San Remo, les prix varient sur la place de départ dans d'importantes proportions ; sur les marchés de redistribution, et surtout chez les détaillants, les prix doivent être plus homogènes. Il semble donc qu'*au niveau de la production le calendrier de la consommation détermine l'évolution des prix, tandis qu'au niveau de la distribution, les prix sont plus homogènes.* Les dents de scie des marchés de production sont remplacées par des courbes plus amples correspondant aux saisons.

Les variations de prix dans le temps sont donc plus sensibles sur les places d'expédition que sur les places de redistribution.

Les écarts saisonniers sont ainsi plus sensibles sur les marchés de production, mais parfois les cours s'effondrent également sur les marchés de redistribution. (Voir fig. 28.)

b) Variations dans l'espace.

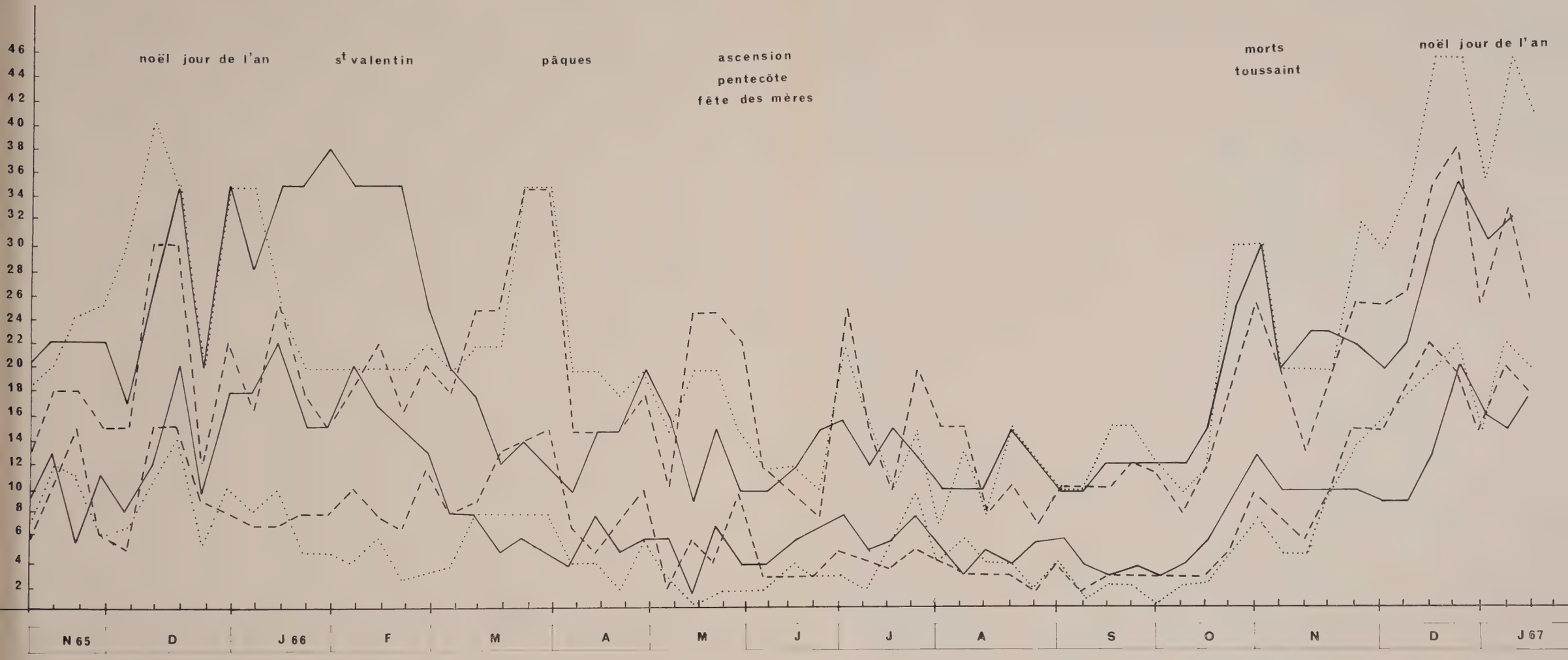
Elles proviennent essentiellement de la concurrence interrégionale. Dans ce domaine les prix s'établissent en fonction de facteurs techniques, mais surtout des capacités professionnelles des producteurs et des commerçants. Quelques bilans d'entreprises ont montré qu'il n'est pas nécessaire de posséder un équipement surpuissant et récent pour réaliser des bénéfices importants. Toutefois, plus les entreprises se dégagent des contraintes naturelles, plus elles disposent de chances de réussite. Il faut en effet tenir compte de l'équipement des producteurs pour connaître les incidences des dépenses d'infrastructure sur la bonne marche financière de l'exploitation. Ainsi des investissements trop importants peuvent se traduire par un endettement catastrophique pour une entreprise qui, en apparence, fonctionne très bien. Au contraire, un producteur plus modeste, capable d'utiliser les avantages d'un climat favorable en construisant sur son exploitation les abris indispensables contre les excès éventuels du climat (système d'irrigation, de chauffage d'appoint, couverture rudimentaire contre les intempéries), peut avoir un bilan financier très intéressant.

Les deux exploitations peuvent vendre des fleurs de qualité à des prix équivalents, ce qui favorise la seconde et compromet l'équilibre de la première. La détermination du prix de vente des fleurs à la production, décisive en apparence pour la réussite de l'entreprise, est donc inégalement profitable aux exploitants. Il existe autant de cas particuliers que d'exploitations dans une région. Chacune répond à des nécessités économiques, sociales et humaines différentes. Au niveau de l'entreprise familiale, les incidences de prix sont beaucoup plus détermi-

(17) *Budget Day.*

Figure 29

— Œillets en bottes de 50
— Roses en bottes de 20



Prix minima et maxima des œillets niçois (.....), œillets américains (·····), Roses Baccara (———)
de Novembre 1965 à Janvier 1967 au Marché d'Intérêt National de Nice Saint-Augustin

nantes qu'au niveau de l'entreprise capitaliste. Une saison réussie pour une famille de producteurs est une aubaine dont il faut savoir profiter. Tout dépend de quelques milliers d'œillets ou de roses bien ou mal vendus. Au contraire, pour un producteur capitaliste à la tête d'une grosse exploitation employant une main-d'œuvre salariée importante, une baisse saisonnière dans les prix ne se traduit pas obligatoirement par une situation catastrophique. Sûr de produire une quantité régulière de fleurs, le chef d'entreprise recherche alors un débouché permanent auprès d'organismes de vente particuliers, centrale d'achats par exemple, et pourra traverser, à l'aide d'un contrat dont le montant lui permet de couvrir au moins les frais engagés, la période de marché difficile en attendant le retour d'une situation meilleure.

La tendance qui s'est avérée désastreuse pour le petit exploitant individuel peut être moins néfaste pour le gros producteur. La coopération instaurée au niveau de la production aux Pays-Bas apparaît comme utile, même si la rentabilité du système est moindre en apparence que dans d'autres régions. Faut-il en déduire que les entreprises familiales de petite taille, isolées, dispersées dans la plupart des pays de production sont vouées à la disparition sous les coups de la concurrence des grandes entreprises capitalistes ou des coopératives de production ?

Ce phénomène s'est avéré exact dans quelques domaines de l'agriculture, il ne semble pas à l'heure actuelle, étant donné la complémentarité géographique des entreprises dispersées dans l'ensemble de l'Europe, que les concurrences soient mortelles. Dans le monde méditerranéen, les horticulteurs fournissent une production de plein air d'excellente qualité dans son ensemble, et ne craignent pas la concurrence venue des entreprises des régions septentrionales dont la taille ou le mode de groupement sont différents. Elles travaillent sous verre et produisent en été essentiellement. La complémentarité saisonnière des approvisionnements laisse à la production méditerranéenne hivernale la principale période de consommation. Par ailleurs, les grandes entreprises ont une main-d'œuvre importante qui n'est pas toujours aussi qualifiée qu'il le faudrait. Tous les horticulteurs de l'Europe du Nord n'ont pas à leur disposition les écoles professionnelles d'Aalsmeer. La qualité des fleurs peut souffrir de l'insuffisance technique de la main-d'œuvre. Tel est le cas pour les productions suisses ou sud-africaines. De telles exploitations peuvent intervenir sur le marché par une production de masse qui détermine momentanément les prix. La qualité des produits a peu d'influence dans cette conjoncture. Mais deux types de clientèles, celle de la fleur-cadeau et celle de la fleur-maison, sont consommatrices de fleurs de qualités différentes ; ainsi la possibilité subsiste, malgré les écarts de prix résultant de techniques de production et de structures d'exploitations différentes, pour les deux types d'entreprises de se maintenir dans le concert des productions horticoles.

Les variations de prix au niveau des entreprises de production proviennent aussi des possibilités de commercialisation des fleurs. Les horticulteurs qui s'adressent aux grands marchés de production déterminent, par le jeu des intermédiaires une concentration de l'offre sur les grands marchés de redistribution. La lutte se situe alors entre des fleurs d'origine très diverses. La fraîcheur, la qualité, la couleur, le bottelage, la présentation, tout entre en jeu pour déterminer le choix de l'acheteur détaillant. *Sur chaque marché d'Europe, chaque jour, les prix s'établissent en fonction de conditions locales.* Des situations originales se créent.

c) Etablissement des prix nationaux et régionaux.

Le commerce des principales espèces de fleurs coupées et des produits ornementaux en général tient compte d'un nombre de données tellement complexes qu'il est difficile de réaliser une méthode d'étude convenable et satisfaisante. Sur chaque marché d'Europe, des conditions locales de commercialisation s'établissent. Des données particulières s'organisent en fonction d'une concurrence, en un point déterminé, entre des produits d'origine très diverse. Suivant l'importance de chacun des apports, leur qualité, leur état de fraîcheur, le marché prend une tendance originale. Son organisation peut ne pas correspondre aux conditions réalisées dans d'autres places de commerce, même si la distance qui les sépare est faible. La production locale confrontée avec des apports très lointains provoque des modifications sensibles dans l'organisation des ventes et l'établissement des prix.

Par exemple, le 20 décembre 1965, la production des œillets américains est nulle en Allemagne Fédérale. Les grands marchés ne sont plus approvisionnés par la floriculture sous serre

des banlieues, mais par des importations. Trois pays alimentent l'Allemagne Fédérale, l'Italie, les Pays-Bas et le Danemark. L'exemple des œillets américains est significatif, mais d'autres espèces de fleurs pourraient également être considérées. Les Italiens expédient des œillets hybrides, ou même des œillets américains dont le calice a éclaté. Suivant les marchés, les œillets de serre des Pays-Pas sont vendus le double des œillets italiens (Bielefeld), dans d'autres places de commerce, comme Munich, ils atteignent des prix équivalents. En fonction des différents apports, des circuits commerciaux, des commandes de quelques importateurs, un savant dosage s'est constitué dans l'approvisionnement. Ce dosage a contribué en tel endroit à donner des fleurs italiennes moins chères que celles des pays de floriculture de serre. De la sorte il est délicat d'affirmer qu'à cette date, les prix des œillets américains ont atteint une situation uniforme sur l'ensemble du territoire de l'Allemagne Fédérale, puisque des variations de prix très sensibles ont été enregistrées, et cela dans un contexte douanier identique pour les Pays-Bas et l'Italie.

Cours des œillets le 20 décembre 1965
(Pièce, en francs)

MARCHE	ORIGINE	PRIX (en francs)
Munich	Pays-Bas et Danemark	0,43 - 0,98
	Sim d'Italie	0,43 - 0,86
Hambourg	Pays-Bas et Danemark	0,61 - 0,86
	Sim d'Italie	0,43 - 0,61
Bielefeld	Pays-Bas et Danemark	0,67
	Sim d'Italie	0,36 - 0,61
Dortmund	Pays-Bas et Danemark	0,61 - 0,73
	Sim d'Italie	0,55 - 0,61
Dusseldorf	Pays-Bas et Danemark	0,49 - 0,73
	Sim d'Italie	0,43 - 0,61
Cologne	Pays-Bas et Danemark	0,55 - 0,73
	Sim d'Italie	0,49 - 0,61
Francfort	Pays-Bas et Danemark	0,73 - 0,86
	Sim d'Italie	0,61 - 0,67
Mannheim	Pays-Bas et Danemark	0,67
	Sim d'Italie	0,55
Stuttgart	Pays-Bas et Danemark	0,79
	Sim d'Italie	0,61

Chaque espèce et même chaque variété fournissent des prix différents dans des places de commerce voisines. Le commerce étudié dans le détail du tableau ci-dessus montre donc des nuances très sensibles. Pour l'ensemble de l'Europe, un balancement saisonnier s'organise. Tous les pays d'Europe Occidentale fournissent des fleurs aux importations et aux exportations. Quelques-uns d'entre eux font franchir leur frontière à des quantités très réduites, quelques tonnes dans l'ensemble de l'année ; c'est le cas du Portugal, de l'Islande, de l'Irlande. La valeur du commerce floral monégasque est estimée équivalente à celle du commerce floral portugais ! La plupart des pays s'organisent pour réaliser, une partie de l'année tout au moins, des exportations. L'exemple le plus récent est celui du Danemark qui, tout en consommant des fleurs importées figure de plus en plus sur la liste des exportateurs. Le lointain Israël est dans une position semblable.

Les pays européens se divisent en deux groupes, lès pays satisfaits, rares acheteurs de fleurs de complément, et les pays dont le marché est déficitaire, dans l'obligation d'importer des fleurs. Le Royaume-Uni, l'Allemagne Fédérale, la Belgique, tout en étant de gros producteurs, doivent faire appel à des importations massives pour couvrir leurs besoins. La Suède, la Suisse, les plus gros consommateurs de fleurs d'Europe par habitant, ouvrent une grande partie de

l'année leur frontière aux importations. Des pays excédentaires comme la France et l'Italie n'échappent pas pour autant aux importations. Elles sont en quantités limitées, car les deux pays disposent des trois types de régions de production. Ils peuvent subvenir au moment des intersaisons à leurs besoins par des cultures de banlieue. Pendant que les différents pays s'équipent en serres destinées à produire des fleurs toute l'année en calendrier continu, les régions méditerranéennes s'efforcent d'étendre leur production sur l'été. De la sorte de toutes provenances, des fleurs sont commercialisées sur les grands marchés européens toute l'année.

Les différents pays producteurs n'ont pas mis en culture les mêmes espèces, des spécialisations se sont opérées progressivement. Les habitudes d'achat des populations ont influencé des tels choix. Tandis que les Britanniques sont attachés aux bouquets de fleurettes issues très souvent de bulbes, les Allemands préfèrent les roses et les petits œillets, les Belges font un gros commerce d'œillets de plus gros calibre. Chaque région de production s'est ainsi organisé pour satisfaire certaines demandes. Elles ont une vocation originale. Plus encore, des spécialisations se retrouvent dans le commerce international. L'Italie a eu pendant très longtemps et conserve encore, en grande partie, le monopole de la commercialisation des œillets en Europe. Certes la concurrence des Pays-Bas, celles de la France, de la Belgique, du Danemark et de l'Espagne ne sont pas à négliger, pas plus que les apports parfois massifs de l'Union Sud-Africaine. Toutefois les expéditeurs de San Remo sont les seuls, comme ceux d'Aalsmeer en été, à pouvoir figurer sur toutes les places du commerce floral européen d'octobre à juin. Il est donc incontestable que *le marché des fleurs coupées est un marché saisonnier,* tenant compte du balancement de la production de la Méditerranée à la Baltique (18). Le volume d'ensemble du commerce floral intereuropéen croît sans cesse et représente la masse la plus importante du commerce floral mondial.

Chaque pays organise selon ses besoins un marché national. Les grands marchés seront tour à tour étudiés pour déceler les tendances du commerce intérieur et leur influence sur les échanges internationaux. Cependant le commerce des fleurs obéit, en plus des attitudes nationales qui résultent en général des réactions protectionnistes des producteurs, de l'établissement d'un prix européen, d'une tendance de prix capable d'influencer les détaillants des différents pays. L'étude des variations des prix à travers l'Europe pendant une période déterminée est significative à cet égard.

2. Évolution des prix pendant une campagne hivernale

L'étude des prix européens pendant l'essentiel d'une campagne de vente a été effectuée de septembre 1965 à avril 1966. Le nombre de pays examiné est suffisamment vaste pour recouvrir l'ensemble des régions de production et de consommation des Pays Méditerranéens à ceux de la Scandinavie. A l'intérieur de chaque pays quelques marchés principaux ont été choisis. Les uns sont des marchés de production, comme ceux de Nice Saint-Augustin, San Remo, Pescia, Alost, Aalsmeer ; d'autres sont des marchés qui regroupent des produits locaux et des fleurs importées ; d'autres enfin sont des marchés de redistribution de villes essentiellement consommatrices. Les différents systèmes de vente sont représentés, les marchés à la commission avec Bruxelles, les places de vente de gré à gré (San Remo), les veilingen (Aalsmeer, Alost). Tous les prix indiquent un stade particulier de la commercialisation, l'avant-dernier, celui de l'achat par les fleuristes détaillants. Toutes les indications de prix ont été ramenées, compte tenu du change officiel au moment des transactions, en francs français. Les prix établis l'ont été sur la base d'une fleur. Le choix des espèces était d'autant plus délicat qu'il fallait disposer d'une production à peu près générale en Europe au moment où beaucoup de plantations de serre cessent de fleurir. Les rosiers et les œillets sont apparus comme les plantes dont la floraison avait le plus de chances d'être continue dans tous les pays, ou presque. En réalité, les cotations fournies sur les places de commerce n'ont pas toujours porté sur

(18) Flor. Pesciatina. GIUGLIARIS : De la Méditerranée à la Baltique...

Prix des œillets locaux et des œillets importés dans différentes villes européennes

(Prix des œillets exprimé en centimes)

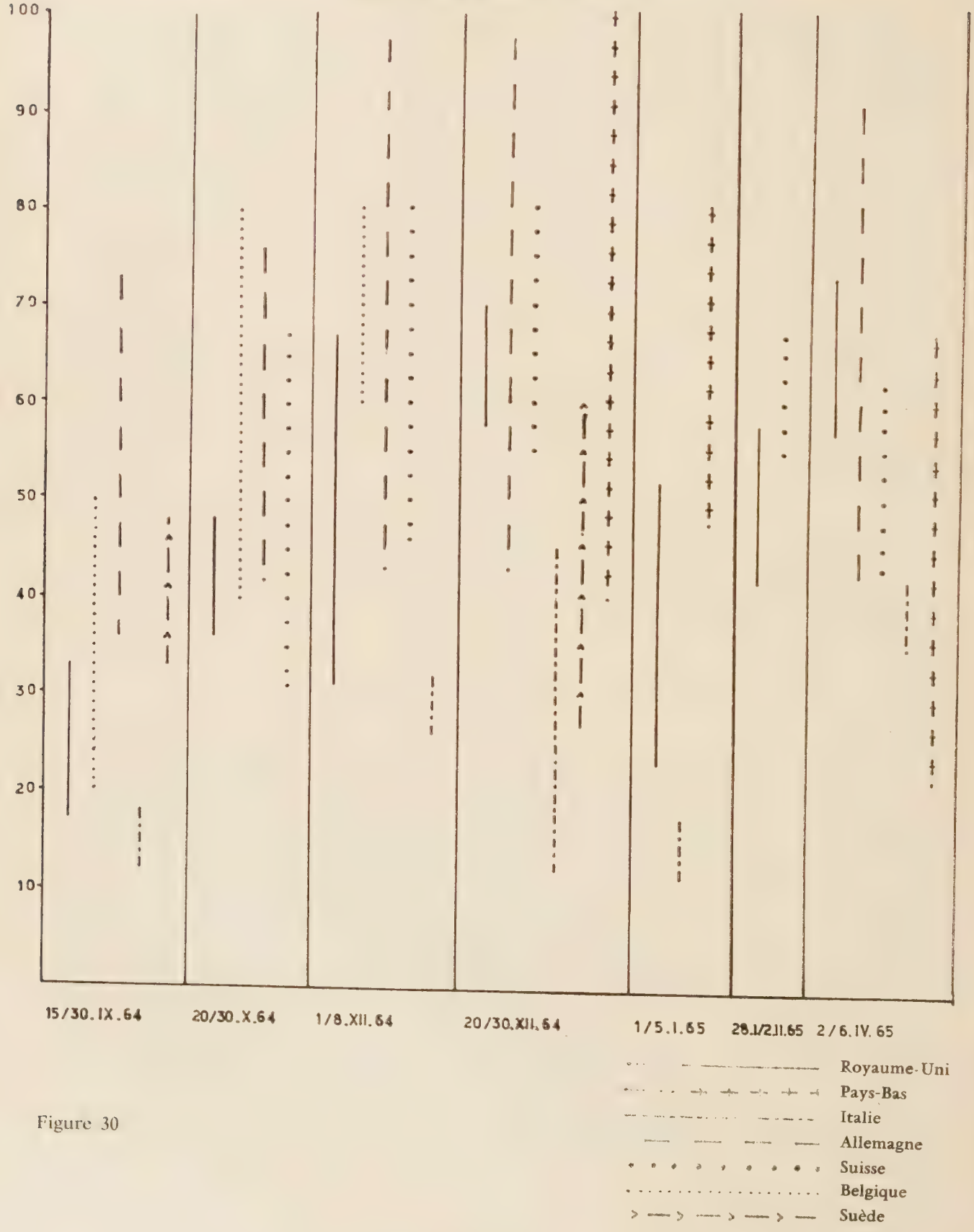


Figure 30

l'ensemble des fleurs et des variétés et trop de correspondants ont simplement mentionné une seule origine d'importation, ce qui compromet partiellement les conclusions. (Voir fig. 30.)

Deux variétés dans chaque espèce ont été choisies, l'une atteignant généralement un prix élevé, l'autre étant de moins bonne qualité ou plus courante. La rose Baccara s'est avérée au cours de l'enquête atteindre un prix dans l'ensemble plus élevé que les autres variétés ; il en est de même pour les œillets américains qui se vendent plus cher que les œillets méditerranéens. Aussi la deuxième cotation fournie dans le tableau indique-t-elle très souvent les œillets méditerranéens de type niçois ou hybride ou les œillets américains crevards.

Les relevés de prix ne sont pas effectués de la même façon en Europe. Ils le sont d'ailleurs par des organismes différents. Le bulletin des Fleurs et Feuillages publié en France par le Centre National du Commerce Extérieur, recense chaque semaine ou chaque quinzaine les prix dans les différentes places d'Europe. Ces prix sont déjà une première élaboration moyenne d'une tendance de marché souvent calculée sur plusieurs jours. Le plus souvent un prix moyen est proposé, et les prix extrêmes ne sont pas indiqués. Il n'a pas été possible de suivre l'évolution des prix dans l'ensemble de l'Europe pendant le semestre que l'on avait choisi. Toutefois les périodes de relevés qui figurent sur le tableau des prix roses et œillets sont assez significatives pour permettre d'utiles comparaisons car elles s'étalent de la période qui a précédé la Toussaint 1965 à celle qui a suivi Pâques 1966. Le découpage des prix s'est effectué par tranches hebdomadaires, rarement sur des fractions de temps plus longues, parfois au contraire, au moment d'une évolution rapide de la tendance on a donné des relevés plus rapprochés. Le désir de comparer les prix sur l'ensemble de l'Europe a fait laisser de côté des indications très rapprochées pour certains marchés.

Les principales sources de renseignements proviennent des publications administratives contenues dans les revues professionnelles suivantes, *Deustche Gärtnerbörse* pour l'Allemagne Fédérale, *The Grower* pour le Royaume-Uni, le *Vakblad voor de Bloemisterij* pour les veilingen néerlandaises qui donne également les prix de certains marchés étrangers, *Viola* pour les marchés suédois, la *Borsa Fiori* et *Notiziario Ortofrutticolo* pour l'Italie et les publications de cours par les bulletins de quelques marchés, Nice, Vienne, Zurich, Bruxelles. Le bulletin du C.N.C.E. publie d'ailleurs l'essentiel de ces cotations.

L'examen du tableau permet de montrer que l'évolution des prix s'effectue selon deux tendances, une de temps, l'autre d'espace.

a) Evolution du prix des œillets.

L'évolution du prix des œillets démontre que dans la production locale ou nationale existent des nuances très sensibles. Il est important de les relever. Les œillets américains locaux valent trois fois plus cher à Stockholm qu'à Londres le 25 septembre, mais dans l'ensemble d'une campagne les prix locaux suivent une évolution régulière, sauf dans les régions méditerranéennes. Seuls les œillets importés, sont sujets à des variations importantes. Ainsi les œillets suisses vendus à Zurich valent 0,40 en octobre, 0,55 à 0,79 à la veille des fêtes de Noël et 0,60 en moyenne en février. Leur prix a donc varié du simple au double. A Oxie, dans la banlieue de Malmö les variations sont les suivantes :

0,19 à 0,38 en septembre,	0,66 à 1,47 en décembre,
0,33 à 0,36 en octobre,	0,47 à 0,57 en avril.

Les œillets suédois sont très chers, et la montée des prix en décembre est très forte par comparaison aux autres prix européens. Les fleurs à cette période de l'année sont de haute qualité, mais l'influence de la technique se traduit par un prix de revient très élevé.

Par comparaison avec les œillets suédois produits sous serre, l'évolution des prix à la production des œillets de Ligurie n'est pas très grande. A San Remo, d'octobre à décembre, l'évolution est la suivante :

0,11 à 0,15 début octobre,	0,23 à 0,31 début décembre,
0,27 à 0,31 début novembre,	0,39 à 0,47 fin décembre.

Sur les places du marché d'importation les œillets des diverses origines peuvent eux

Prix des Œillets au cours d'une campagne de vente dans quelques marchés européens

DATES	PRODUCTION LOCALE		IMPORTATION	
15 septembre	Zürich	0,56/1,13	Pescia	0,42
	Bruxelles	0,20/0,50	Pays-Bas	0,10/0,30
	Vienne	0,47	Pays-Bas	0,85
	Munich	0,36/0,61	Pays-Bas	0,49/0,73
25 septembre	Covent Garden	0,17/0,35		
	Stockholm	0,66/1,14		
	Oxie	0,19/0,38		
4 octobre	Pescia	0,11/0,19		
9 octobre	San Remo	0,11/0,15		
23 octobre	Bruxelles	0,40/0,80		
	Oxie	0,33/0,66		
26 octobre	Covent Garden	0,35/0,46		
29 octobre	Zürich	0,45/0,67	San Remo	0,31/0,36
			Pays-Bas	0,50/0,55
	Vienne	0,76	Pays-Bas	0,57/0,85
	Munich	0,43/0,73		
4 novembre	San Remo	0,27/0,31		
1er décembre	Oxie	0,66/1,47		
3 décembre	Bruxelles	0,60/0,80	Pays-Bas	0,20/0,30
			France	0,45/0,50
			Espagne	0,08/0,30
6 décembre	Zürich	0,45/0,79		
7 décembre	Pescia	0,11/0,23		
	San Remo SIM	0,23/0,31		
	GAMB	0,05/0,11		
	Covent Garden		Afrique du Sud	0,35/0,70
			France	0,35/0,70
	Leeds	0,35/0,87	Guernesey	0,52/0,58
			Pays-Bas	0,70/0,87
8 décembre	Munich		Pays-Bas	
			Danemark	0,43/0,98
	Hambourg		Pays-Bas	
			Danemark	0,55/0,73
20 décembre	Zürich SIM	0,55/0,79		
	San Remo SIM	0,39/0,47		
	GAMB	0,11/0,22		
	Munich		Pays-Bas - Danemark	0,43/0,98
			Italie SIM	0,43/0,86
	Hambourg		Pays-Bas - Danemark	0,61/0,86
			Italie SIM	0,43/0,61
	Bielefeld		Pays-Bas - Danemark	0,67
			Italie SIM	0,36/0,61
	Dortmund		Pays-Bas - Danemark	0,61/0,73
			Italie SIM	0,55/0,61
	Düsseldorf		Pays-Bas - Danemark	0,49/0,73
			Italie SIM	0,43/0,61
	Cologne		Pays-Bas - Danemark	0,55/0,73
			Italie SIM	0,49/0,61
	Francfort		Pays-Bas - Danemark	0,73/0,86
			Italie SIM	0,61/0,67
	Mannheim		Pays-Bas - Danemark	0,67
			Italie SIM	0,55
	Stuttgart		Pays-Bas - Danemark	0,79
			Italie SIM	0,61
27 décembre	Covent Garden	0,58/0,70		
	Aalsmeer	0,47/1,02		
	C.A.V.	0,40/0,95		
3 janvier	Pescia	0,11/0,15		

7 janvier	Covent Garden	0,23/0,35	France	0,46/0,52
			Afrique du Sud	0,17/0,23
			Espagne	0,29/0,40
28 janvier	Vienne	0,85	Italie	0,57/0,85
			Pays-Bas	0,95/1,04
30 janvier	Aalsmeer	0,47/0,81		
	C.A.V.	0,47/0,74		
1er février	Zürich	0,55/0,67		
	Covent Garden	0,46/0,58	France	0,56
			Espagne	0,42
2 avril	Zürich		Amérique	0,45/0,67
	Aalsmeer	0,35/0,68		
	C.A.V.	0,21/0,66		
4 avril	Göteborg	0,38/0,85		
	Malmö	0,76		
	Noukoping	0,47/0,85		
	Oxie	0,47/0,57		
5 avril	Pescia	0,37/0,43		
	Covent Garden	0,58/0,70		
	Munich		Pays-Bas - Danemark ..	0,61
			Italie SIM	0,43/0,79
	Hambourg		Pays-Bas - Danemark ..	0,49/0,79
			Italie SIM	0,49/0,67
	Cologne		Pays-Bas - Danemark ..	0,61/0,73
			Italie SIM	0,49/0,61
	Francfort		Pays-Bas - Danemark ..	0,73/0,86
			Italie SIM	0,61/0,73
	Stuttgart		Pays-Bas - Danemark ..	0,61/0,67
			Italie SIM	0,55

aussi subir une évolution en cours de campagne. L'œillet de Ligurie est à Zurich à 0,31 le 29 octobre, soit moins de la moitié de l'œillet néerlandais vendu à 0,50. A Bielefeld le 20 décembre, il est à 0,36-0,61 contre 0,67 pour les œillets danois ou néerlandais ; à Cologne, il atteint des cotations légèrement inférieures, à Munich il est au même prix. Il semblerait que le prix a diminué en fonction de l'éloignement géographique en Allemagne. Est-ce dû à une détérioration de la qualité en raison de la longueur du transport ? Il faudrait pour l'affirmer disposer des indications de qualité, ce qui n'est pas le cas ; on peut toutefois le supposer. Les œillets néerlandais varient également dans des sens qui ne permettent pas d'incriminer le transport. Une considération d'ordre local, des tendances de marché, déterminent le prix de vente des œillets locaux et importés. Les marges bénéficiaires sur les marchés de redistribution sont donc d'une semaine à l'autre, très variables.

Le marché de gros semble peu influencé par les tendances générales de l'ensemble des marchés d'un pays. Les nombreuses variations de prix sur les places du commerce suédois le prouvent. Stockholm et Oxie le 25 septembre ont des cotations respectives de 0,66 à 1,14 contre 0,19 à 0,38. Le 4 avril, les cours les plus bas sur les marchés suédois sont les suivants : 0,38 à Goteborg, 0,76 à Malmö, 0,47 à Norrköping et Oxie. Un même jour, dans un même pays, les prix peuvent, pour une même espèce, varier du simple au triple.

Les œillets importés des régions de production sous serre ont des prix plus continus ; au contraire pour les œillets importés des régions méditerranéennes les prix varient plus fortement. Le 3 décembre à Bruxelles, l'œillet :

néerlandais est à	0,20 - 0,30	espagnol	0,08- -0,30
français	0,45 - 0,50	belge	0,60- -0,80

Les œillets locaux, sous serre, sont donc plus chers, et de loin, que les plus chers des œillets importés (de France). Les Néerlandais continuent encore leurs expéditions, à des prix

moyens, comme la qualité sans doute. Les œillets importés d'Espagne influencent le marché par leur prix, mais sont de médiocre tenue.

On ne peut donc pas affirmer que le marché des œillets en 1965-66 a subi une évolution générale homogène ; dans chaque grand pays, des prix locaux se sont établis qui ont déterminé le volume de la commercialisation.

b) Evolution du prix des roses.

Les prix des roses subissent une évolution moins marquée. Ils s'élèvent progressivement de septembre à décembre, puis sont fermes dans les premiers mois de l'année et baissent à partir de fin mars - début avril. Cette situation s'explique par la rareté des roses méditerranéennes de type Baccara commercialisées à l'étranger. Les Pays-Bas sont les seuls à figurer sur l'ensemble des places du commerce pendant le semestre hivernal, les Français consomment la plupart des fleurs produites, les Espagnols ne sont pas exportateurs, les Italiens vendent surtout d'autres variétés de roses. Les autres pays n'ont pas une production suffisante pour alimenter des expéditions continues. La production locale, pour une fleur qui atteint des prix unitaires élevés, consent les sacrifices nécessaire pour obtenir des fleurs toutes les semaines de l'hiver, au prix d'un chauffage coûteux. Les prix s'élèvent en fonction de la demande mais aussi des coûts de production. Au cœur de l'hiver cependant des roses obtenues sous serre dans les pays nordiques parviennent à être moins chères sur le marché de production que les roses méditerranéennes.

Le 4 novembre à San Remo la rose Baccara est à 1,58-1,97
5 novembre à Oxie » 0,76-1,01

Les prix sont plus hétérogènes un mois plus tard :
le 7 décembre à San Remo : 0,02 à 0,14
à Pescia : 1,97 à 2,05
à Stockholm : 2,18 à 2,37
à Oxie : 1,33 à 1,61;

L'effondrement des cours à San Remo pour une cause climatique ne s'est pas répercuté au marché de Pescia, où les prix sont comparables à ceux de Stockholm et supérieurs à ceux de la veiling d'Oxie.

Le 20 décembre, les cours se sont relevés à San Remo, et dépassent ceux d'Oxie : 2,76 à 3 par Baccara à San Remo contre 1,33 à 1,37 à Oxie. L'approche des fêtes de Noël s'est traduite par un affolement des cours en Ligurie et n'a pas du tout perturbé les prix d'Oxie. Par contre, pour le Nouvel An, les roses se sont vendues à Aalsmeer près du double de celles de Pescia.

Autrement dit, l'enquête générale des prix des fleurs en Europe, pour une période relativement longue, s'avère peu significative. Sans doute retrouve-t-on chemin faisant des constantes du commerce européen, mais les prix varient, dans le détail, dans de telles proportions que l'on doit à tout moment rechercher des conditions locales pour les comprendre. Dans son ensemble, le commerce européen des fleurs est plus homogène dans les régions septentrionales que dans les régions méditerranéennes. Les prix suivent des courbes plus continues et des tendances prévisibles dans le Nord, à l'inverse des régions méditerranéennes soumises aux caprices du climat. On a vu des effondrements de cours à San Remo que seule une poussée de sève peut expliquer quand elle se produit à contre temps de la demande. Dans les cultures sous serre de tels risques sont écartés. L'irrégularité des cours à la production reste bien la principale appréhension des floriculteurs méditerranéens.

Ainsi, en mai 1965, la production de roses Baccara dans une exploitation de la Côte d'Azur s'est trouvée étalée sur l'ensemble du mois comme l'avait prévu l'horticulteur. En mai 1966, malgré un pinçage et un éboutonnage identiques, la floraison s'est trouvée, pour des motifs climatiques, concentrée en douze jours. Le producteur a dû chercher à obtenir des prix pendant cette courte période qui lui fournissent une recette semblable à celle procurée dans une période de durée triple l'année précédente, et cela à un moment où l'ensemble des floriculteurs rencontraient les mêmes difficultés.

Prix des roses au cours d'une compagne de vente dans quelques marchés européens

DATES	PRODUCTION LOCALE		IMPORTATION	
15 septembre	Zürich		Pays-Bas	1,07/1,41
	Vienne	0,19/0,95	Pays-Bas	1,33/1,42
	Bruxelles	0,90/1,20		
25 septembre	Stockholm	1,52		
	Göteborg	1,33		
	Noukoping	0,57/1,33		
	Oxie	0,38/1,04		
4 octobre	Pescia	0,79/1,42		
9 octobre	San Remo	0,79/1,18		
23 octobre	Göteborg	0,85/1,14		
	Malmö	1,61		
	Noukoping	0,66/1,61		
	Oxie	0,57/1,14		
	Bruxelles	0,80/1,20		
29 octobre	Zürich		Pays-Bas	1,13/1,29
	Vienne	0,38/1,33	Pays-Bas	1,14/1,33
	Bruxelles	0,80/3,00		
4 novembre	San Remo	1,58/1,97		
5 novembre	Oxie	0,76/1,61		
7 décembre	Pescia	1,97/2,05		
	San Remo	0,02/0,14		
	Stockholm	2,18/2,37		
	Oxie	1,33/1,61		
20 décembre	San Remo	2,76/3,00		
	Stockholm	2,28		
	Oxie	1,18/1,37		
27 décembre	Aalsmeer	2,10/3,06		
	C.A.V.	1,90/2,78		
3 janvier	Pescia	1,50/1,73		
28 janvier	Vienne		Pays-Bas	1,14/3,42
30 janvier	Aalsmeer	2,10/4,00		
	C.A.V.	2,78/3,94		
2 avril	Aalsmeer	0,78/1,49		
	C.A.V.	0,95/1,23		
4 avril	Stockholm	2,37		
	Göteborg	0,95/1,90		
	Noukoping	0,76/1,61		
	Oxie	0,66/1,52		
5 avril	Covent garden	1,22/2,10		
	Pescia	1,26/1,58		

En dehors de quelques exceptions, les prix des fleurs méditerranéennes subissent de profondes modifications par suite de la concurrence internationale. On a souligné la distorsion de prix entre les œillets espagnols et français sur le marché de Bruxelles. Des raisons de qualité, des accords commerciaux, des incidences de prix de revient font subir aux fleurs des évolutions de prix considérables en Europe. Ces situations ne sont pas toutes favorables à la production méditerranéenne, mais il faut souligner que les fleurs du Midi européen sont absorbées pour plus de la moitié des quantités par des marchés qui ne figurent pas sur les places étudiées. Les marchés français et italien demeurent très importants pour les dianthiculteurs des deux pays. Les floriculteurs azuréens n'exportent presque pas de fleurs, les Italiens sont surtout attirés par le marché européen des œillets, mais ils approvisionnent essentiellement les pays germaniques et scandinaves. Des situations de prix momentanées expliquent l'établissement des courants commerciaux à travers l'Europe.

3. L'établissement du prix

La préparation technique de la production, les systèmes de commercialisation et de vente, les intermédiaires, des plus indispensables aux plus modestes, déterminent par leur intervention un prix pour la fleur. Tous les producteurs, intermédiaires et détaillants sont dépendants de la décision finale de l'acheteur, du choix, en fonction du prix, que fera le client. Les fleurs sont un produit agricole inutile à la vie des individus. *La floriculture devenue la forme la plus spéculative de l'agriculture moderne arrive paradoxalement à atteindre des prix de production exceptionnellement élevés.* Ces produits non comestibles sont pour beaucoup d'agriculteurs le meilleur choix possible de culture. La réussite de toutes les entreprises horticoles et de toutes les fonctions de redistribution de la fleur dépend des quantités consommées. L'examen des réactions individuelles a permis de mettre en valeur deux motifs essentiels, la vie de relations et l'ornementation.

Les motifs de consommation pour ces deux catégories tiennent d'abord aux bons usages qui réclament une consommation de fleurs. Les fleuristes attendent ainsi la clientèle à quelques moments de l'année et ils approvisionnent leur magasin en conséquence. La deuxième, la décoration des intérieurs est plus aléatoire. Un grand nombre de motifs peuvent, par accident, différer les conditions de l'achat. Parmi tous, en dehors des craintes portant sur la fragilité, la difficulté de conservation et le peu de durée des fleurs, l'élément déterminant reste le prix. Les organisations horticoles doivent tenir compte de ces impératifs dans la mesure où elles veulent et doivent commercialiser des fleurs en dehors des moments de vente prévus par la vie de relations.

Ces considérations de prix déterminent en fin de compte deux sortes de conséquences : la plus grande consommation de produits ornementaux, dans la mesure où des prix poussent aux achats, et, par voie de conséquence, la réussite financière des entreprises qui ont profité d'un courant de vente continu et profitable. De la sorte l'établissement du prix final est dépendant de deux catégories de réactions. L'attitude de la production et du commerce est primordiale. En effet toutes les catégories d'intermédiaires entre le floriculteur et le client cherchent à profiter le plus possible de l'établissement d'un prix élevé susceptible de couvrir les frais, puis de fournir des bénéfices. La deuxième condition est l'établissement d'un juste prix si l'on veut que la clientèle se laisse tenter par le désir d'un achat. Les fleurs n'étant pas un produit indispensable, elles peuvent être remplacées par toute autre forme de cadeau capable de se substituer aux produits ornementaux, produits de la confiserie, de la parfumerie, de la maroquinerie.

La recherche de décorations plus durables dans l'appartement ou à l'extérieur, dans le jardin, peut pousser à l'achat de fleurs séchées, de fleurs artificielles, de plantes en pots, ces dernières ayant l'avantage d'être moins délicates que les fleurs coupées et de réclamer moins de soins. Si les fleurs ne sont pas à bas prix, elle ne peuvent être commercialisées en masse. Elles tombent aussi sous le coup d'une autre attitude de la clientèle persuadée que ce qui est beau est coûteux. Les acheteurs admettent de payer une partie des fleurs à un haut prix. La profession de fleuriste entretient par intérêt cette tendance. Si les prix s'avilissent, la vie de relations fera beaucoup moins cas de telles pratiques, les fleurs seront offertes en moindres quantités et tout compte fait le commerce traditionnel y perdra. Ainsi, une partie des produits de la floriculture doit conserver des prix élevés, malgré la tendance d'une recherche permanente de la baisse.

Cette attitude d'esprit est décisive dans le dans le commerce floral, elle l'individualise du commerce maraîcher où la recherche d'un plus juste prix est plus générale. Toutefois, si le produit apprécié doit rester cher, une autre forme, d'autres espèces courantes de fleurs doivent être de prix abordable dans le cadre d'une production standardisée. Quelques fleurs comme les œillets ou les tulipes, dont la production massive a tendance à faire plafonner les prix, ou même à les faire baisser, provoquent une incontestable augmentation de la consommation. Ce but est effectivement recherché par un grand nombre de producteurs et par quelques catégories de détaillants.

Des données contradictoires s'affrontent dans l'établissement des prix des fleurs, et cela sans tenir compte des intérêts particuliers ou des situations originales créées au cours de l'année par les variations des achats ou des phénomènes artificiels comme la propagande publicitaire. La bataille des prix s'organise au niveau de différents états-majors. Celui qui dirige la bataille au niveau de la production est le premier en importance. Les produits de la floriculture peuvent être obtenus dans des conditions techniques très différentes ; des entreprises très bien équipées et d'autres plus modestes arrivent à cohabiter sans se faire de tort. Elles parviennent par des moyens différents à boucler leur budget et à réaliser des bénéfices. La nuance s'établit au niveau du rendement. Pour un bénéfice à peu près analogue, ou proportionnel à la taille de l'entreprise, les exploitations les mieux équipées fournissent sur le marché plus de marchandises que celles davantage soumises aux lois de la nature. La répercussion d'une telle situation peut n'être pas sensible au niveau de la production, les différents types d'entreprises pouvant subsister. Par contre l'influence est très sensible et décisive au stade de la commercialisation.

Les prix s'établissent en partie en raison de l'abondance ou de la rareté des marchandises, cela sur le double plan du marché de production puis sur celui des marchés de distribution où se trouve confrontée une marchandise de provenance très diverse obtenue selon des méthodes et des techniques différentes. Un prix variable s'établit selon les stades de la commercialisation. Entrent également en jeu les moyens de transport, la longueur des parcours à effectuer entre la zone de production et le centre de consommation, enfin, et par contre coup, le nombre d'intermédiaires qui, pour subsister, prend pour couvrir les risques de la commercialisation une marge variable de sécurité. De la sorte, pour bien saisir l'organisation des prix en Europe, il faudrait, à propos de chaque place de commerce faire le partage entre les différentes sources d'approvisionnement et connaître les prix au départ des régions de production et le nombre d'intermédiaires. En admettant que cela soit, un obstacle de taille reste à franchir, celui représenté par les habitudes commerciales des maisons de commerce qui consentent des ristournes, obtiennent des rabais sur les factures et cela en fonction des saisons. L'entreprise d'une enquête simultanée dans l'ensemble de l'Europe pour saisir l'établissement d'un prix est impossible. Sans méconnaître les obstacles, on peut cependant synthétiser les situations en examinant quelques éléments de base constitutifs de l'établissement des prix.

a) A LA PRODUCTION.

Les producteurs peuvent commercialiser leurs fleurs de diverses manières. La vente directe à l'exploitation, moyen le plus simple est peu usité ; la vente sur le marché de production est le système le plus généralisé. Deux méthodes s'opposent, le marché méditerranéen de gré à gré, le marché aux enchères. Sur le marché méditerranéen les habitudes de vente sont une discussion entre le producteur et l'acheteur, soit expéditeur, soit, plus rarement, fleuriste de la ville ou d'une agglomération voisine venu directement s'approvisionner. L'attitude du vendeur est donc celle qui consiste à essayer d'obtenir le prix le plus élevé pour une marchandise qu'il défend âprement, au point qu'il lui arrive de la refuser à certains expéditeurs dont les offres de prix sont jugées insuffisantes. L'expéditeur achète au producteur connu pour sa conscience professionnelle, sa technique et les soins apportés à la culture, au tri, au bottelage. L'acheteur espère obtenir un bon classement de la marchandise dans la mesure où elle n'aura par trop à souffrir du transport.

Les prix pratiqués sur une place de commerce sont très différents pour des espèces comme les roses ou les œillets. Les variations de prix sont très grandes, mais *l'indication des prix extrêmes pour un même jour est très peu significative.* En effet, dans quelle proportion, les apports de fleurs sont-ils plus proches du prix maximum ? Quel est le prix moyen ? Certainement pas dans l'établissement de la moyenne entre les deux extrêmes. En outre, le prix fourni par l'administration des marchés est difficilement comparable avec celui d'autres places de commerce. Ainsi le prix moyen des œillets américains à Nice, si on l'établit quotidiennement, oscille dans d'énormes proportions selon les variétés. Suivant les périodes, les œillets blancs sont mieux payés que les rouges, les striés, ou inversement. Si les différentes variétés atteignent chacune dans leur catégorie des prix peu homogènes sur le carreau du marché, il n'en est pas de même à Antibes où se réalise cependant une grosse part de la commercialisation. En fonc-

tion de la demande, très variable selon les moments de la vente car elle tient compte du nombre d'acheteurs présents, eux-mêmes soumis à la tendance du marché de Nice et aux commandes éventuelles qu'ils peuvent recevoir, des renversements de prix étonnants se produisent.

Des œillets de qualité *extra* en début de marché où la tendance à l'achat est faible atteignent parfois une cote inférieure à des œillets de premier choix seulement vendus deux heures plus tard à un expéditeur dépourvu de la variété désirée et qui a reçu une importante commande dans l'intervalle. De la sorte l'indication d'un prix moyen, pour un jour déterminé est peu significative.

A l'arrivée dans le magasin du fleuriste quelques heures plus tard, les fleurs se trouvent affectées d'un prix beaucoup plus homogène (19). Là réside tout l'art des intermédiaires qui savent récupérer sur une partie de la marchandise les concessions consenties pour acquérir l'autre partie. Des œillets de qualité différente peuvent être, dans un même magasin, commercialisés au même prix. La clientèle ne sait pas distinguer les nuances que le fleuriste spécialiste sait déceler dans les fleurs, nuances de fraîcheur, de résistance, de robustesse, de longueur de tige. Les grands débats, les âpres discussions sur les marchés de production ne donnent pas de résultats tangibles au stade de la dernière des ventes. Ce système fait sans doute la force des circuits actuels de distribution. Dans la mesure où les intermédiaires et surtout les expéditeurs arrivent à pondérer les prix par d'habiles péréquations, ils offrent au stade final de la commercialisation une incontestable uniformisation des prix. Reste à savoir si cette attitude n'est pas préjudiciable à l'extension de la consommation des fleurs. Il faut reconnaître que du point de vue de la comptabilité, il existe une nécessaire obligation de simplification. Les factures, si l'on devait tenir compte de toutes les nuances réalisées au moment de l'achat, seraient tellement variées qu'il serait presque impossible de les établir, ou bien leur rédaction exigerait une telle augmentation du personnel qu'en fin de compte l'entreprise ne serait pas rentable. Certaines maisons d'expéditions préfèrent se spécialiser dans le commerce de quelques qualités, de façon à simplifier les opérations comptables. L'échec des coopératives de production et d'expédition du Var s'explique en partie par des difficultés techniques de ce genre.

La défense de la marchandise par le producteur lui-même face aux expéditeurs a pour résultat, dans la mesure où le floriculteur est habile, de lui procurer une plus-value de son travail. En contrepartie, il *perd un temps appréciable dans la commercialisation* de sa marchandise. Un horticulteur doit consacrer en Ligurie de cinq à sept heures par jour au transport et à la vente de ses fleurs. Tout ce temps n'est pas productif dans la mesure où le floriculteur ne se consacre pas à des tâches de culture, mais il *valorise sa production* puisqu'il obtient un prix supérieur à celui qu'auraient atteint les mêmes fleurs dans le cas d'une commercialisation par le canal d'un organisme particulier comme une criée ou une coopérative. Par contre, en période difficile d'écoulement, quand la demande est réduite et l'offre importante, il perd son temps et ramène parfois une partie de ses fleurs à l'exploitation. L'un compense-t-il l'autre ? La comparaison avec le système des ventes au cadran qui *libère* le producteur des soucis de la commercialisation s'impose. Face aux oscillations brutales des prix dans les régions méditerranéennes, les fleurs commercialisées dans ce système à un prix moindre, étant soumises à l'offre déterminante des expéditeurs, suivent des cours plus stables et en période de mévente, un fonds de garantie assure au producteur la récupération d'une partie des sommes consacrées à la production.

On ne peut dire si l'un des systèmes l'emporte sur l'autre. Les deux méthodes ont leurs détracteurs et leurs partisans. Elles satisfont les groupement de professionnels qui envisagent difficilement l'adaptation à d'autres méthodes de vente. Sur les marchés de production l'établissement des prix obéit ainsi à des règles très complexes.

b) Au niveau des détaillants.

L'établissement du prix est beaucoup plus délicat car il dépend à la fois de conditions commerciales mais aussi de réactions psychologiques. Les conditions commerciales sont la

(19) Cf. carte de Nice. (Voir plus loin page 385.)

résultante des différentes combinaisons d'intermédiaires qui ont transmis la fleur depuis le marché de production jusqu'au dernier stade de la commercialisation. Le nombre des intermédiaires, obligatoirement, fait augmenter le prix. La marchandise acquise par les revendeurs, fleuristes ou ambulants, est choisie en fonction de la clientèle. Dans les quartiers dont la population a un pouvoir d'achat élevé, les fleurs de très haute qualité, ou que le client croit telle, sont proposées à un prix élevé ; dans des quartiers à pouvoir d'achat plus limité, les fleurs doivent être proposées à des prix dans l'ensemble plus bas. La position du magasin du fleuriste a donc son importance. Dans un quartier où un marché de demi-gros ou de détail, de fruits et légumes, est installé et où se trouvent quelques revendeurs de fleurs, les prix sont plus bas que dans un quartier où la concurrence n'existe pas. Le marchand, assuré de ses possibilités d'écoulement, doit, dans la mesure où il veut vendre des fleurs en dehors des périodes de ventes obligatoires, tenir compte de tous ces éléments. La répartition des points de vente dans une agglomération est donc décisive pour l'établissement du prix.

Une des grandes différences entre les prix établis pour les fleurs et ceux pratiqués pour les autres produits agricoles tient à leur valeur initiale et à la nécessité de les écouler sans les avilir. Des fruits ou des légumes peuvent être proposés à bas prix à la clientèle pour éviter leur détérioration. Il est exceptionnel de trouver des fleurs dont le prix a été fortement abaissé dans l'espoir d'accroître la vente en période défavorable. Cette conjoncture se produit occasionnellement au niveau des marchés de production. Si le producteur estime que les prix pratiqués sur le marché ne sont pas satisfaisants, s'il travaille à perte, il ne prend pas la peine de se déranger jusqu'au marché. Il renonce à vendre, il détruit sa production. Cette situation est exceptionnelle, mais existe lorsque le marché est très encombré. Les prix offerts à la clientèle ne s'abaissent pas en proportion de la croissance de l'offre. Ce phénomène est assez original pour être retenu. L'engorgement du marché se produit parfois, entraîne la *resserre*, mais il ne provoque pas l'abaissement automatique et sensible des prix de vente au détail. Dans la mesure où, au niveau de la production, les produits fruitiers et maraîchers sont la matière première d'une industrie de transformation, ils peuvent éviter d'encombrer le marché des villes. Les fleurs, qui ne peuvent être conservées, et à plus forte raison transformées, ne peuvent subir ces modifications.

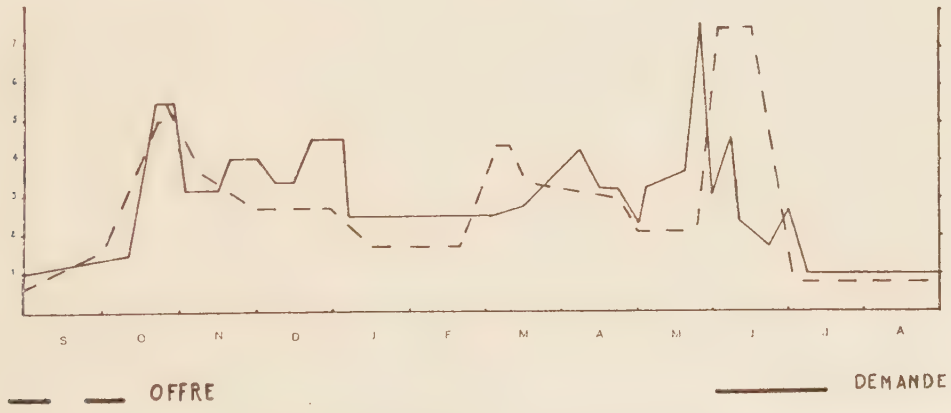


Figure 31 : Offre et demande théoriques sur le marché français au cours d'une année.

Le commerce floral est donc perpétuellement à la recherche d'une adaptation, celle de l'offre à la demande, celle de la demande à l'offre, car il est exceptionnel que la courbe de la production se superpose à celle de la demande. Plus les courbes sont éloignées, plus les prix sont excessifs, soit vers la hausse soit vers la baisse. Plus les variations des courbes sont rapides, plus les tendances de prix sont brutales. En période de prix élevés, l'offre ne peut varier, elle est inextensible. Toutes les fleurs apportées sur le marché sont achetées, et des

fleurs qui ne trouveraient pas preneur à d'autres moments, sont vendues à un bon prix. On peut donc considérer qu'à de tels moments l'offre est insuffisante. A cette situation, le commerce de distribution réagit par l'établissement de prix élevés. La tendance à la hausse des prix des fleurs provoque la disparition d'une partie de la clientèle, ou le ralentissement des transactions ; on peut ainsi considérer que les besoins sont dans une certaine proportion insatisfaits.

Pendant les périodes de bas prix l'écoulement de la production n'est pas assuré, le volume de l'offre est obligé de se réduire, soit par destruction des invendus, soit par un abaissement encore plus sensible des prix. Des besoins qui n'avaient pu être satisfaits dans la période précédente sont alors couverts, et le commerce est d'autant plus actif que tous les circuits disposent d'un approvisionnement abondant.

Pour essayer d'adapter les variations des deux courbes, producteurs et commerçants ont proposé certaines solutions. La bonne conduite d'une culture peut permettre de ralentir la floraison pour la conserver pour le moment le plus favorable ; mais dans l'ensemble il est délicat d'augmenter l'offre sur une petite période, les plantes à fleurs ayant une floraison qui déborde largement sur d'autres périodes moins chargées du calendrier de la commercialisation. Il appartient donc surtout aux responsables de la vente d'amplifier la masse commercialisée dans les intervalles séparant deux moments de vente élevée.

Le calcul des prix et leur comparaison en Europe sont donc très délicats à établir. Les prix de détail s'uniformisent progressivement, des régions méditerranéennes aux régions nordiques, avec des variations régionales et surtout saisonnières, pour des raisons bien déterminées et explicables. Sur chaque place de commerce, des raisons très particulières à chacun des commerçants expliquent les différences de prix d'un fleuriste à l'autre. Il faudrait disposer d'une enquête internationale et de réponses parfaitement loyales pour pouvoir réaliser une géographie des prix correcte (20) ; on doit se contenter, bon gré, mal gré, de rares approximations.

c) Prix de détail dans une ville.

L'acheminement des fleurs du marché de production à l'étalage du fleuriste peut se faire par des canaux très différents. A l'aboutissement des circuits de distribution, les fleurs doivent présenter des nuances de prix peu sensibles faute de quoi, elles risquent de détourner la clientèle et de provoquer l'échec de l'entreprise commerciale. La clientèle, persuadée de payer plus cher les fleurs qu'elle se propose d'offrir que celles qu'elle consomme elle-même, a poussé à la création de magasins spécialisés. Des magasins de luxe ou de demi-luxe pour répondre à ces préoccupations présentent des fleurs à des prix plus élevés que ceux offerts par des magasins de quartier. La situation géographique du commerce dans la ville, la catégorie du magasin déterminent directement le prix de la fleur. Des nuances assez nettes existent dans une même agglomération, ce que l'on s'est efforcé de déterminer.

Un même jour, tous les commerces de fleurs de Nice, ont reçu la visite d'un enquêteur, de façon à saisir en même temps les variations de prix pour une même catégorie de produits. La date choisie, un samedi après-midi du mois d'avril, permettait de profiter d'une saison de production très favorable. Sur la Côte d'Azur en effet, les roses de serre arrivées en fin de production fleurissent encore ; les roses de plein air commencent à produire abondamment. De la sorte il se crée sur le marché de Saint-Augustin une concurrence qui entraîne une tendance, sinon à la baisse, tout au moins à l'établissement d'un prix moyen et stable. Le samedi a été choisi parce que beaucoup de magasins de quartier n'effectuent pas d'achat en cours de semaine et réservent leur approvisionnement pour le vendredi de façon à offrir une gamme plus vaste de fleurs pour la fin de semaine.

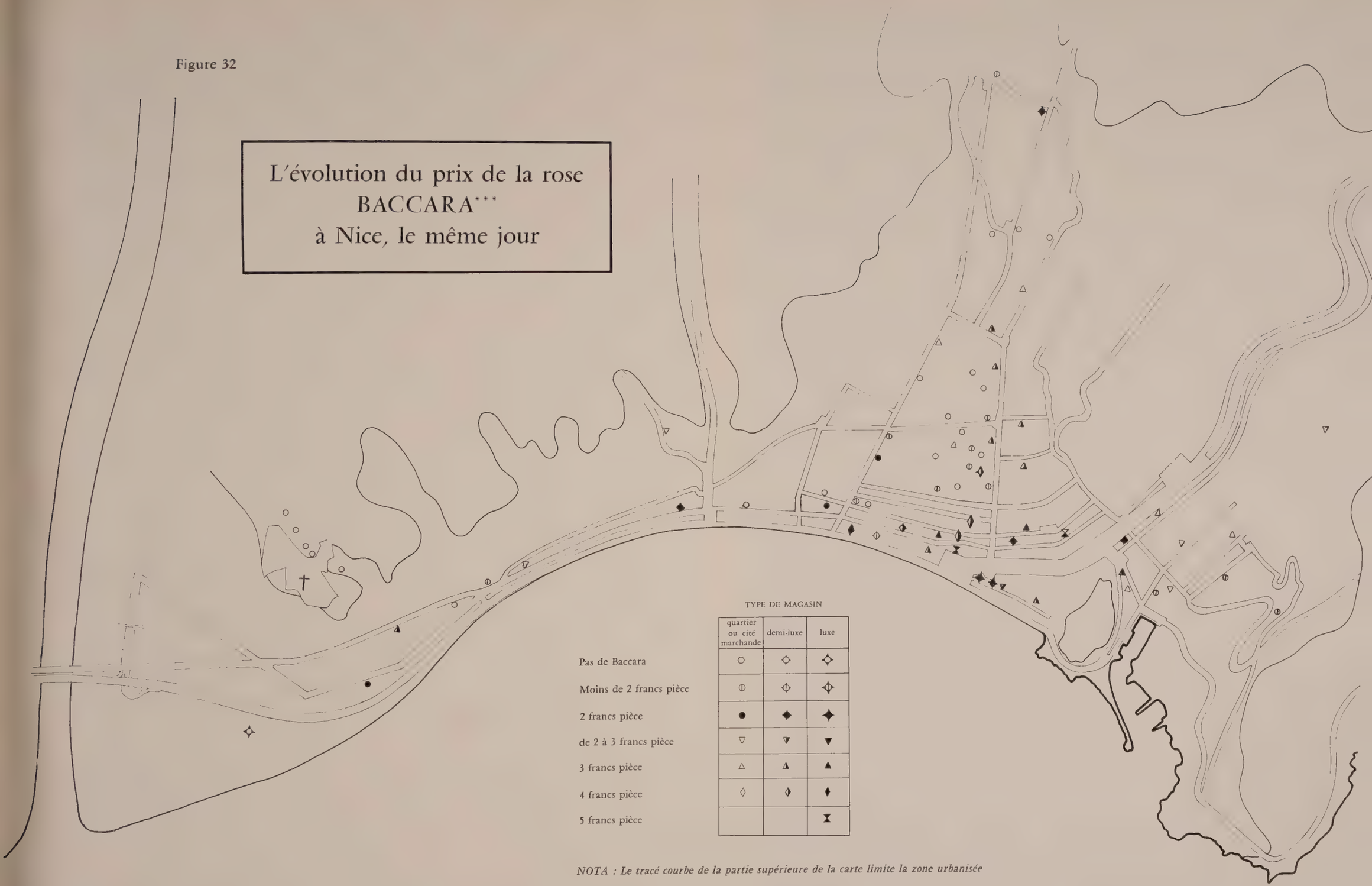
Les cours, au marché de Saint-Augustin, n'ont pas varié entre le vendredi et le samedi. Le moment choisi n'est pas celui d'une forte demande étrangère, et la période des fêtes

---

(20) Une enquête belge faite en ce sens a échoué.

Figure 32

L'évolution du prix de la rose BACCARA*** à Nice, le même jour



TYPE DE MAGASIN

	quartier ou cité marchande	demi-luxe	luxe
Pas de Baccara	○	◇	◇
Moins de 2 francs pièce	◐	◈	◈
2 francs pièce	●	◆	✦
de 2 à 3 francs pièce	▽	▼	▼
3 francs pièce	△	▲	▲
4 francs pièce	◊	◆	◆
5 francs pièce			⧗

NOTA : Le tracé courbe de la partie supérieure de la carte limite la zone urbanisée

pascales était suffisamment lointaine pour ne pas faire subir son influence. La variété de fleurs choisie était la rose Baccara, et cela pour plusieurs raisons. D'abord parce qu'il est relativement facile de reconnaître sa classification en fonction de la longueur des tiges et de l'aspect des fleurs, ensuite parce qu'elle est assez connue pour que tous les magasins puissent en posséder un certain nombre de dizaines, enfin parce qu'elle permet des comparaisons avec les places étrangères.

Les cours de Saint-Augustin ont donné pour les Baccara à courtes tiges (40 cm environ), soit une et deux étoiles, des prix unitaires allant de 30 à 50 centimes, suivant la qualité et le producteur. Les Baccara trois et quatre étoiles, c'est-à-dire les plus belles fleurs, aux tiges dépassant soixante centimètres, au feuillage impeccable, ont atteint, prix maximal, soixante-dix centimes pièce. Dans l'ensemble des magasins, les roses Baccara étaient des classes deux et trois étoiles, c'est-à-dire représentaient une moyenne qui permettait d'excellentes comparaisons. D'autre part, l'absence d'intermédiaires pour l'expédition et le transport dans le cas de Nice a l'avantage de supprimer les incidences annexes qui augmentent le prix de vente des fleurs. Les prix sont déterminés par le fleuriste détaillant à partir d'un prix connu, celui du marché de production, et sans incidence des intermédiaires.

Le prix minimal, dans la ville même du marché aux fleurs en gros, en l'absence de tous intermédiaires a quadruplé ou quintuplé, et il est allé parfois jusqu'à décupler. Pourquoi ?

Pour saisir une telle évolution de prix il faut, dans un premier temps, localiser les magasins de fleuristes et les répartir selon leur catégorie. Si l'on a déterminé plus haut quatre catégories de commerces de fleurs (cf. 292), magasins de luxe, de demi-luxe, de quartier et magasins d'alimentation ou supermarchés équipés ou non de libre-service, on ne peut conserver pour la ville de Nice que les trois premières catégories de magasins, les supermarchés niçois ne vendant pas de fleurs coupées. Le centre de la ville est abondamment pourvu en magasins de luxe et de demi-luxe ; un grand nombre de quartiers est desservi par un réseau assez dense de magasins de détail. Enfin, des quartiers entiers sont vides de tout commerce de fleurs à cause de leur construction récente ou surtout à cause de la composition socio-professionnelle de leur peuplement. L'environnement des jardins et des villas, la présence d'exploitations horticoles aussi, éliminent les fleuristes de certains quartiers. (Voir fig. 32.)

Les magasins de luxe du centre commercialisent des fleurs avec une marge bénéficiaire substantielle ; leurs frais sont aussi plus élevés que dans la périphérie. Beaucoup sont affiliés à des organisations de vente comme l'*Interflora*. Les magasins de quartier retirent également un bénéfice important des ventes. On est d'ailleurs surpris de ne pas trouver de commerce de fleurs dans la banlieue orientale de la ville. Sur près de la moitié de la surface bâtie (quartiers de la plaine du Paillon), un peuplement de cinquante mille habitants, n'est pas en contact avec des tentations d'achat de fleurs. Les bancs des revendeurs des marchés de quartier et quelques magasins de détail ont des fleurs à bouquets ou des œillets, mais il n'existe pas de point de vente de roses. Dans les nouveaux quartiers du nord de la ville, on peut considérer que la moyenne de la clientèle par magasin s'élève à plus de 10.000 personnes. Toutefois les magasins sont situés à d'importants points de passage de la circulation, ce qui leur donne à coup sûr une clientèle massive. La clientèle moyenne par magasin est de 3.750 personnes ; toutefois pour des raisons de localisation géographique et de condition sociale, le tiers environ de la population ne fréquente pas de fleuriste. La moitié de la population niçoise est en contact avec des jardins ou avec une banlieue qui fournit à bon compte les fleurs. Les quatre-vingts magasins de détail sont concentrés sur moins du tiers de l'espace urbain, dans le centre de la ville. Les quartiers les plus résidentiels (Cimiez) n'ont pas de magasin.

Ainsi la ville de Nice dont la population aisée dispose d'un nombre important de magasins de fleuristes, fournit un bon exemple de géographie des prix. Tandis que les fleuristes profitent d'un approvisionnement commode, et somme toute à bon compte, les prix des fleurs au détail restent élevés. Cela tient à des raisons d'ordre commercial plus qu'économique. Pour que les fleurs conservent leur prestige auprès de la clientèle, un prix élevé est maintenu ; la riche clientèle azuréenne admettant mal de payer des produits moins chers que

dans les grandes villes ou à Paris. La masse de la population peut hésiter devant de tels prix. Elle se tourne vers le marché de détail du cours Saleya qui a remplacé l'ancien marché de gros. Elle trouve, en vrac, des fleurs de qualité identique, présentées le matin à Saint-Augustin et restées invendues, et moins chères que dans le commerce fleuriste, malgré une majoration de prix de 20 à 50 et même 100 % du matin au soir. Enfin, la clientèle niçoise dispose d'un approvisionnement direct auprès des exploitations, et les prix en cette occurrence s'établissent en fonction de liens de connaissance ou d'amitié et n'appartiennent plus au véritable commerce.

La lutte des prix se déroule donc sur un grand nombre de théâtres. Tandis que les cours réguliers ne peuvent être obtenus comme pour d'autres produits agricoles alimentaires, ni sur les places d'approvisionnement, ni sur les places de redistribution, les prix évoluent également dans les espaces nationaux dans des proportions qui restent importantes. Conditions locales de concurrence et rôle des intermédiaires déterminent des situations de marché chaque jour originales en Europe.

Une double conjoncture se produit en effet, les prix déterminent en grande partie le commerce international et régional des produits, mais les courants commerciaux déterminent à leur tour les prix sur les places de redistribution. Il est ainsi très difficile de faire la part de chacun des deux rôles. L'étude des commerces de quelques principaux produits va d'ailleurs le prouver.

4. Commerce des principaux produits

A travers l'étude de marché de quelques produits représentatifs du commerce des fleurs coupées, comme les œillets, de celui des plantes en pots, comme les azalées, de celui des bulbes et des plants de pépinières, on retrouvre les grands moments de la lutte des prix. Le commerce des produits reste caractérisé par la concurrence interrégionale et la notion de rivalité de prix de revient (21).

a) Commerce des œillets.

Les œillets sont la plante à fleurs coupées la plus cultivée dans le monde et fournissent le produit floral le plus fréquemment commercialisé. Si de très grandes variétés existent les œillets sont partout appréciés. Cette fleur très résistante jouit de l'avantage de pouvoir supporter de longs transports sans subir de détérioration préjudiciable à sa commercialisation. La clientèle apprécie la durée de la fleur dans le vase, la vigueur de ses coloris, la longueur de la tige qui permet d'agréables arrangements floraux, et, enfin, son prix souvent abordable. Les fleurs de seconde qualité peuvent satisfaire certaines demandes, de la sorte toutes les régions floricoles ont développé les plantations d'œillets, assurées de trouver un facile débouché.

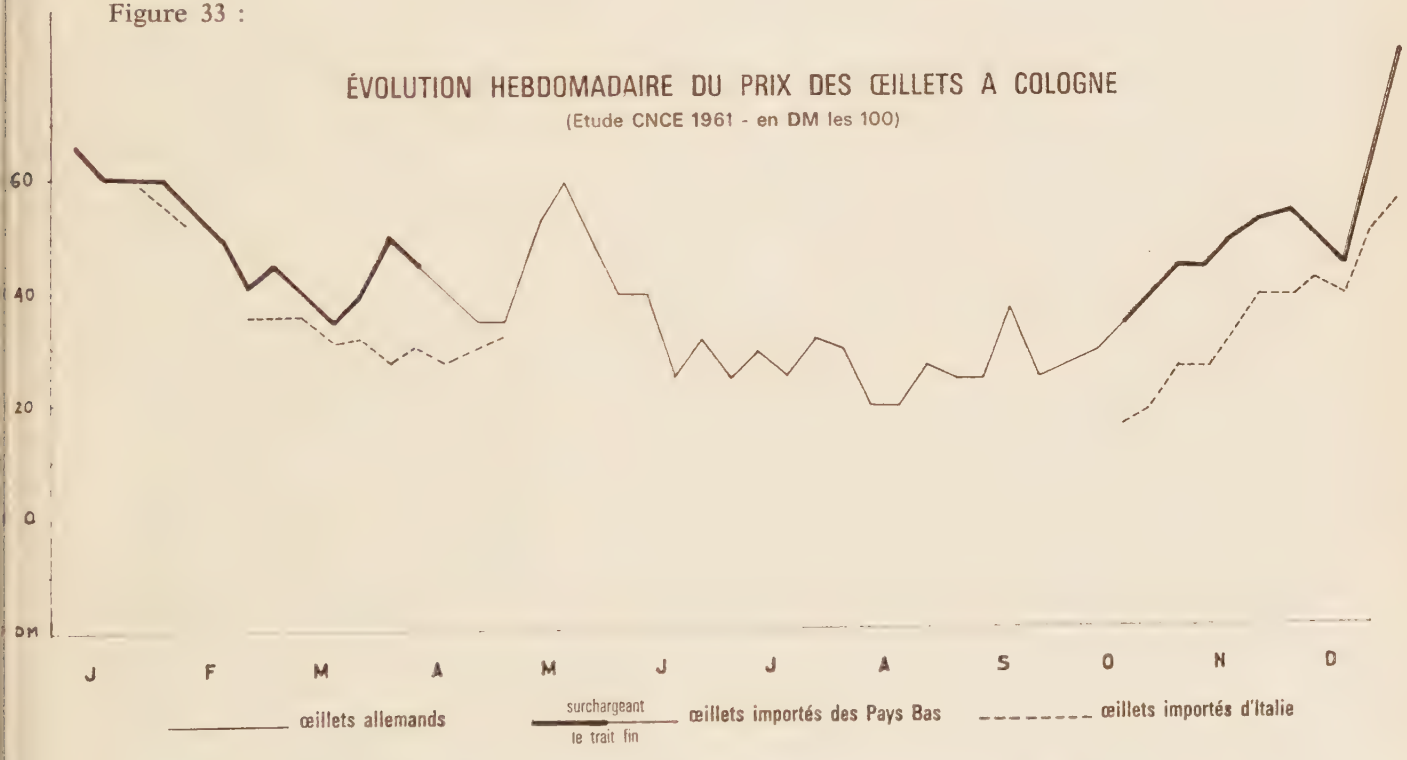
L'œillet a été cultivé tout d'abord en plein air dans les régions méditerranéennes. Quelques hybridations lui ont permis de devenir une plante résistante, robuste, rustique, donnant des fleurs aux coloris variés. La recherche des hybridateurs s'est d'ailleurs surtout dirigée vers les coloris plus que vers les formes nouvelles. Cet œillet au calice éclaté et court

(21) Les renseignements sur le commerce, très dispersés, sont rares, en dehors des publications du C.N.C.E. Une synthèse a été tentée par Busch W. *Der Westeuropaïsche Schnittblumenmarkt.* (Jahrbuch der Technischen Hochschule. Hannover, 1955.)
Carrel J. donne une vue générale sur *Le marché de la fleur.* C.R. Journées florales, Cagnes, 1964, publié par la D.S.A. des Alpes-Maritimes.

continue de constituer la grande masse des fleurs méditerranéennes exportées à partir de la Côte d'Azur, de la Ligurie et de la Catalogne. Dans un deuxième temps, la création des variétés américaines, plus délicates à cultiver, nécessitant l'achat de boutures, plus fragiles, mais beaucoup mieux adaptées au système de culture sous serre, a permis de développer une culture continue où une technique savante permet de conduire la production sous tous les climats. Les conditions naturelles importent peu dans l'ensemble puisqu'il suffit de disposer d'une bonne serre et, si l'on ne veut chauffer, d'attendre la belle saison pour produire.

Les importateurs de l'Europe du Nord ne comprennent pas les variations de prix des œillets méditerranéens et n'acceptent pas les majorations brutales. Ils ont donc pris l'habitude de se méfier des variétés méditerranéennes et préfèrent les achats plus sûrs d'œillets américains. Les ventes d'œillets à long calice sont donc plus régulières, dans la mesure où ces fleurs représentent une production standardisée et continue. La clientèle européenne dispose donc d'un approvisionnement permanent et de prix relativement stables. Au moment des grandes périodes d'achats l'œillet niçois vient compléter la production des variétés américaines. Dans l'intervalle, l'œillet de la Côte d'Azur est surtout commercialisé en France où il trouve un écoulement régulier auprès des fleuristes de quartier ; l'œillet de San Remo est adressé, en dehors du marché national italien en expansion, vers l'Allemagne méridionale et rhénane.

Figure 33 :



On a déjà insisté sur la complémentarité de la production (22) ; les œillets méditerranéens fleurissent surtout dans le semestre froid, d'octobre à avril, avec des pointes correspondant à la montée de la sève dans les tiges ; au contraire les œillets américains cultivés dans les autres régions sont obtenus dans la période estivale. A ce moment les coûts

(22) *F. P.*, 7, 1964. Haccou : La funzione del commercio dei fiori recisi nell'Europa Occidentale. C.R. d'une conférence tenue à Berlin Ouest le 9 juin 1964.

de production sont réduits. Ainsi on peut parler de complémentarité, notion d'ailleurs toute relative, puisque la production méditerranéenne continue à être active en été tandis que les œillets américains sous serre, lorsque la culture est convenablement menée, cas le plus fréquent, peuvent donner des fleurs en hiver ; fleurs plus chères qui, grâce à un débouché local, sont commercialisées facilement. (Voir figure 33).

Les œillets américains demandent des installations techniques plus complètes que les œillets à calice éclaté ou leurs hybrides italiens, mais ils peuvent également être cultivés en plein air comme en Toscane et en Catalogne. Les producteurs qui dans ces régions veulent s'assurer une qualité régulière s'efforcent de protéger leurs cultures par des abris vitrés ou plus souvent en matière plastique.

Plante universelle, cultivée dans tous les pays du monde ou presque, l'œillet apparaît aujourd'hui comme un des éléments essentiels du commerce floral.

Ce commerce s'est constitué progressivement et retrace assez fidèlement les étapes du développement des régions floricoles en même temps que les progrès de la concurrence inter-régionale et même internationale. Les œillets azuréens et ligures ont tout d'abord dominé le commerce floral, étant les principales plantes à produire des fleurs dans le midi de l'Europe. Dès la fin du XIX^e^ siècle, les œillets sont expédiés régulièrement vers les grands centres urbains à partir de Nice et Antibes pour la France, Bordighera, Vintimille et San Remo pour l'Italie. Ce commerce qui est presque un monopole pour ces deux régions floricoles prend fin avec la seconde guerre mondiale. Les conditions ont depuis lors changé, le potentiel productif de ces régions a diminué surtout en Italie devant l'apparition de la culture de l'œillet américain en Europe du Nord qui a déterminé d'autres formes de commerce. Deux ensembles de régions dianthicoles se sont trouvés constitués, et par là-même concurrents. La masse des apports d'œillets américains depuis quelques années sur les marchés est en outre augmentée par les envois en provenance des pays lointains qui, grâce à l'avion, peuvent fournir des fleurs à bon compte et de qualité très variable. Des continents américain (Etats-Unis, Argentine, Colombie), africain (Afrique du Sud, Rhodésie, Kénya), asiatique (Israël), parviennent, pendant tous les mois de l'année, entre autres fleurs, des œillets, tantôt d'un groupe de pays, tantôt de l'autre.

Les problèmes de concurrence se posent ainsi sous l'angle des prix et des qualités. La concurrence a été d'abord assez localisée et réduite dans le cadre des marchés intérieurs. L'exemple français, pour être complexe, est cependant significatif. Les œillets azuréens ont trouvé à Paris, Lille, et à un moindre degré Lyon et Bordeaux, un débouché assuré dans les Halles. Livrés par la voie ferrée à des commissionnaires, les œillets étaient ensuite vendus à des détaillants de ces grandes villes. La concurrence des diffuseurs directs a fait baisser le rôle des Halles, tout en maintenant l'importance de la production méditerranéenne. Par la suite, la création d'établissements de banlieue a fourni sur place des fleurs de bonne qualité dans les variétés américaines. En France, le commerce des œillets a été longtemps freiné par des préjugés implantés dans le milieu de la clientèle parisienne et s'appuyant sur la superstition que l'œillet porte malheur. Les ventes d'œillets ont été moins importantes qu'elles auraient pu l'être en cas de publicité bien faite. Par la suite le marché parisien s'est trouvé alimenté par des fournisseurs étrangers, néerlandais, africains et même belges, qui livraient essentiellement des fleurs de serre. Quelques envois exceptionnels parviennent d'Espagne ou d'Israël en quantités très réduites.

La concurrence établie en France dans le marché des œillets a favorisé les producteurs des régions périurbaines au détriment des producteurs azuréens incapables de s'adapter rapidement aux désirs nouveaux d'une clientèle recherchant des fleurs à gros calice et à tige longue mais fragile, ce qui explique l'essor parallèle des feuillages, en particulier de l'*asparagus plumosus*. L'insuffisance de l'environnement publicitaire peut expliquer aussi certaines défaillances. Les Azuréens vendant facilement leurs fleurs dans d'autres régions de France par le biais des expéditeurs possesseurs de dépôts ou de diffuseurs directs, ont donc laissé une partie du marché leur échapper. Le manque de dynamisme masque la réalité d'une crise de structure propre à la Côte d'Azur.

Aujourd'hui le marché des œillets est essentiellement destiné à satisfaire les clientèles

urbaines du Nord, et les producteurs de l'Europe tout entière comptent sur les débouchés des grandes métropoles. L'œillet est à la fois une fleur de décoration intérieure, restant un produit de consommation courante comme tendent à le devenir d'autres fleurs comme les tulipes par exemple, mais aussi une fleur que l'on peut offrir dans un bouquet comme cadeau, en Allemagne, en Scandinavie, au Royaume-Uni. Ainsi les œillets profitent des deux types de demandes, ce qui est moins le cas des roses, surtout utilisées dans la vie de relations. Enfin, les œillets trouvent un débouché dans les compositions florales mortuaires, beaucoup plus fréquemment que les roses ou les tulipes. La demande est assez importante de la part des fleuristes qui ne craignent pas trop l'accumulation des bottes dans leur magasin, sachant qu'ils pourront en tout état de cause les écouler dans les travaux funéraires.

La concurrence des prix est beaucoup plus serrée que pour d'autres fleurs. La masse de la production des œillets est telle que les moindres variations de prix sont sensibles dans les régions de production Dans les marchés de redistribution il apparaît que les prix sont légèrement plus stables (cf. le graphique de Cologne). L'élasticité des prix, surtout sensible à la production a de graves influences sur la situation financière des entreprises. Quand l'œillet donne lieu à une monoculture les floriculteurs sont entièrement dépendants de la variation de ses cours. Sur les coteaux niçois et figures, autour de San Remo (voir photos) les parties de l'exploitation en repos dans le cadre de l'assolement de l'œillet sont laissées en jachère morte. Sous serre il importe de ne pas laisser d'espace inutilisé. Les cultures d'œillets sont remplacées par d'autres plantes à moins que ce ne soit le départ immédiat d'un autre cycle de dianthiculture. Ces systèmes de culture se traduisent par des fortunes diverses. Dans les régions de polyculture florale, et dans les exploitations cultivant plusieurs espèces de plantes à fleurs, la culture de l'œillet et sa commercialisation ne causent pas de graves soucis. En cas de mévente ou de bas prix, provoqués par une conjoncture naturelle ou économique, les horticulteurs ont la possibilité de se rabattre sur les autres produits. Attitude analogue à celle des paysans européens attachés à la polyculture traditionnelle répartissant les risques. Au contraire dans les régions où l'œillet est la seule plante cultivée, l'évolution des prix est beaucoup plus sensible. Les œillets sont rassemblés par grandes quantités sur le marché de production, par leur masse ils déterminent des cours peu favorables ; leur rareté peut inversement provoquer une hausse brutale. Ces risques ont été évités par les nouvelles régions de production sous serre, qui se sont efforcées d'obtenir une répartition plus régulière de la récolte dans l'année et ont diversifié les débouchés par d'autres méthodes de vente, en particulier l'emploi de contrats de vente.

Des prix différents s'établissent en fonction de la situation locale (cf. chapitre sur la lutte des prix). Il n'est pas possible semble-t-il en l'état actuel des sources de renseignements de créer en Europe un prix uniforme. Un nouvel exemple le montrera : en janvier 1965, à Munich, le marché est actif pour les œillets, les serres de la banlieue munichoise produisent après les fêtes de fin d'année un grand nombre de fleurettes mais pas d'œillets. Tulipes et narcisses en particulier, forcées dans les serres locales à partir de bulbes importés des Pays-Bas, donnent des fleurs vives, de belle qualité, qui attirent les acheteurs. Leur apparition sur le marché annonce dans une certaine mesure le printemps, le retour de la belle saison, même si les Bavarois doivent encore supporter de longues semaines hivernales. Les œillets proviennent tous de l'extérieur. Les Sud-Africains proposent des prix convenables mais les expéditions italiennes sont en augmentation. Les importateurs munichois apprécient en ce mois de janvier la qualité des fleurs italiennes qu'ils trouvent plus belles qu'un mois plus tôt. On en devine les raisons, au moment des fêtes de Noël *toutes* les fleurs sont commercialisées ; par la suite, les expéditeurs effectuent un tri. Comme les fleurs africaines et italiennes sont abondantes, les Néerlandais ont au contraire diminué leurs envois sur Munich. Dans la deuxième quinzaine du mois, les œillets italiens, malgré leur prix, n'ont pas entraîné un courant d'achat important, et le marché de Munich est considéré comme « apathique » (23). D'autres pays expédient cependant des œillets et les apports se répartissent ainsi au 22 janvier : 50 % d'œillets italiens, 30 % d'œillets sud-africains, 20 % d'œillets néerlandais et

---

(23) Compte rendu du chargé de mission du C.N.C.E.

danois. Les œillets danois, et surtout ceux d'Afrique du Sud sont constitués par des variétés estimées et sont vendus à des prix *égaux ou inférieurs,* à ceux des œillets italiens :

Œillets italiens	de 7 à 12 D.M.	les 20
— danois	de 6 à 10 D.M.	—
— néerlandais	de 8 à 12 D.M.	—
— africains	de 8 à 10 D.M.	—

Cette expérience pourrait à tout moment être reprise et montrerait la rivalité des prix entre les fournisseurs.

En mai 1967, en Suède, le début du mois est caractérisé par une forte augmentation de la demande. Le courant des affaires a été satisfaisant tous les jours, toutefois en raison de l'abondance de l'offre, l'augmentation des prix espérée ne s'est pas produite. Les horticulteurs suédois en effet s'efforcent d'obtenir une pointe de production dans la première quinzaine du mois de mai, sûrs de bénéficier pendant cette période de prix intéressants et d'une forte demande. Sur les marchés de distribution, les œillets de production locale comme les œillets étrangers importés des Pays-Bas et de France ont atteint des cotes intéressantes :

Stockholm	0,80 pièce
Malmö	0,60-0,80 pièce
Göteborg	0,70-0,80 pièce

A partir du 10 mai, les horticulteurs suédois s'attendaient à un maintien de la demande et avaient établi leur production en ce sens. Un changement radical survenu dans les conditions météorologiques a tout modifié. La demande a bien augmenté dans les proportions prévues, mais la production a diminué, à la suite d'une baisse de température provoquée par quelques jours de mauvais temps qui a entraîné un ralentissement de la floraison. Les importations en provenance d'Italie ont fortement augmenté, fait anormal pour un mois de mai. Des Pays-Bas et de France, les envois se sont faits également plus importants. Cet afflux de fleurs étrangères a eu pour conséquence paradoxale une hausse des prix. La Fête des Mères célébrée à ce moment dans toute l'Europe méridionale réclamait alors une grosse quantité de fleurs. L'augmentation des prix sur le marché suédois a été dans l'ensemble de 15 % par rapport aux prix du début du mois. Ainsi l'établissement du prix en Suède a été influencé par des conditions de marché très lointaines à un moment où les producteurs locaux s'attendaient à être maîtres du marché et à établir une tendance qui leur soit favorable.

Un débouché plus régulier est offert en Europe aux œillets quand une firme de commercialisation dispose d'un réseau de distribution, de contrats d'achat sur de longues périodes. L'emballage en sachets de matière plastique contenant des gaz permet également d'étendre l'éventail des ventes. Certes un tel système a des limites, mais les possibilité en ce domaine restent très grandes. Les œillets, s'ils sont conservés dans un milieu ambiant à la température moyenne gagnent en conservation plusieurs jours et peuvent ainsi attendre la clientèle sans détérioration de leur qualité et de leur valeur. Cette nouvelle formule de vente venue des Etats-Unis où elle a été mise au point, voici bientôt une dizaine d'années, se répand maintenant dans l'ensemble de l'Europe. Certaines régions ne la connaissent pas encore, mais les progrès de sa diffusion permettront un débouché important aux œillets. Les présentoirs en raquettes en matière plastique colorée, les dispositions sur les étalages des magasins, risquent de bouleverser le circuit de commercialisation de l'œillet qui reste une plante à fleur très utilisée dans la décoration. Le commerce de ce produit de l'horticulture est donc très nettement le reflet de l'évolution du commerce floral.

b) Commerce des plantes en pots.

En Europe occidentale le marché des plantes en pots dépend dans la plupart des cas d'une très forte production nationale et des exportations d'un petit nombre de pays. Toutes les puissances ont en effet des exploitations spécialisées dans la production des plantes en pots. Dans un premier temps, un très grand nombre de jardiniers et de maraîchers a été attiré par la culture de plantes faciles à obtenir puis à écouler sur un marché local. Par la suite, ces exploitations ou d'autres, nouvelles venues, ont commencé à s'approvisionner en plantes

plus délicates en s'adressant à quelques entreprises spécialisées. Le commerce s'est ainsi diversifié. Les expéditions à longue distance ont été cependant empêchées par la difficulté de réaliser des emballages légers qui ne détériorent pas les produits au cours du transport. La voie ferrée, seul moyen possible de livraison, lente et mal commode en raison des manipulations, a entravé l'essor de la production. Les tentatives d'expédition de plantes dépotées n'ont pas donné de bons résultats ; les plantes, trop serrées, étouffaient dans leurs emballages. L'utilisation actuelle du camion spécialisé dans ce genre de transport, son équipement isothermique, donnent beaucoup plus de souplesse au commerce des plantes. L'avion est parfois même utilisé. De la sorte, le commerce s'est organisé parallèlement à celui des fleurs coupées, et comme il ne répond ni aux mêmes besoins, ni aux mêmes impératifs, il a créé ses propres trajets pour aboutir dans les principaux centres de consommation.

1. Un type de commerce original.

Les plantes en pots qui sont l'objet d'un commerce à moyenne ou longue distance sont rarement dirigées de l'exploitation du producteur à la boutique du fleuriste. Les plantes doivent en effet subir une préparation particulière, doivent retrouver après le transport un bel aspect dans une exploitation en attente du moment favorable à la commercialisation. Cette étape intermédiaire dans la finition et la livraison du produit les différencie nettement des fleurs coupées. D'autre part un groupe très important de plantes en pots est vendu fleuri, supplément de difficulté puisque les boutons doivent éclore au moment opportun pour la vente. Des entreprises se sont fait une spécialité dans l'achat à des producteurs de jeunes plantes ou de plantes adultes puis dans leur entreposage et leur forçage pour obtenir la floraison au moment voulu. De la sorte un très grand nombre d'entreprises horticoles s'est destiné à la production des plantes en pots, soit dans la multiplication et l'élevage des plants, livrant ainsi des produits analogues aux semi-finis de l'industrie, soit dans le finissage des plantes, le forçage et la préparation d'une marchandise de haute qualité. En fait, beaucoup d'exploitations sont hétérogènes. Les unes mêlent les cultures maraîchères et les cultures ornementales, dans ce cas elles utilisent une période intéressante du calendrier horticole pour placer entre deux cultures maraîchères une phase de forçage des plantes en pots. D'autres sont de véritables entreprises de culture de plantes en pots, spécialisées tantôt dans la production, tantôt dans le forçage. Certaines, plus intégrées encore, s'occupent à la fois des deux moments de la culture. Dans tous les cas on assiste à une répartition des tâches entre un très grand nombre d'entreprises, et très rares sont celles qui, en Europe, dépassent une superficie supérieure à un hectare. Cet émiettement est préjudiciable à la commercialisation aussi bien sur le plan intérieur que sur les marchés nationaux.

La demande et l'offre éclatent entre une infinité d'entreprises ; il existe exceptionnellement un marché de production ou de redistribution comme dans le cas des fleurs coupées. De la sorte *le contact entre les producteurs et les forceurs ou les revendeurs est très difficile à établir.* Quand des habitudes d'achat ont été créées, l'obstacle provient alors des difficultés de livraison. Il n'est pas possible à un producteur de satisfaire un forceur. Pour les principales espèces commercialisées, il en existe une dizaine sur lesquelles portent l'essentiel des transactions, les forceurs doivent s'adresser à plusieurs fournisseurs. Les transports par camions en pleine charge à partir d'une seule entreprise sont exceptionnels ; l'éclatement du commerce reste très préjudiciable à tous les stades de la production. Aussi, les organisations coopératives qui regroupent dans quelques pays, comme l'Allemagne fédérale ou les Pays-Bas les producteurs pour rassembler les plantes et les revendre sur les marchés étrangers, représentent une force très sensible. Dans le même sens, les veilingen facilitent une certaine forme de regroupement. Mis à part le Danemark, l'Allemagne fédérale et les Pays-Bas, on peut considérer que tous les pays d'Europe occidentale sont victimes de l'éclatement des entreprises de production et de forçage.

Pendant très longtemps une telle situation de structure n'a pas gêné l'organisation de la production. Des contrats commerciaux avaient depuis plusieurs décennies, tant bien que mal, permis d'organiser des circuits complémentaires. Depuis 1960 environ, les pays germaniques et scandinaves ont totalement bouleversé les conditions du commerce en gros des

plantes en pots. Les centrales d'achat du commerce succursaliste ont commencé à s'intéresser aux plantes fleuries. Dès lors les quantités achetées ont porté sur de gros tonnages qui ont poussé à la concentration de la production et à la réduction des variétés cultivées. Des centrales achètent trois espèces de deux tailles chacune dans une exploitation de la banlieue gantoise qui cultive 58 variétés différentes *d'une même espèce !* Le commerce s'est ainsi déplacé vers les régions de concentration de la production, comme le Danemark qui a pu répondre d'autant plus facilement aux conditions nouvelles du commerce qu'il n'avait pas de tradition horticole. Depuis 1950 le Danemark profite d'un marché favorable, aux dépens des vieux pays producteurs comme la Belgique, prisonnière d'une production individualiste et sans doute routinière.

On ne peut méconnaître l'organisation de la production dans certains pays. Belges et Néerlandais conservent une production dispersée entre plusieurs centaines d'entreprises. Italiens et Français ont concentré la production entre quelques dizaines de grosses exploitations, d'autant plus puissantes qu'elles ont créé des filiales d'approvisionnement. Cette structure est donc très différente de celle créée par les multiples petites exploitations de plantes à fleurs coupées. De la banlieue parisienne et versaillaise, de quelques grosses entreprises de province, les intérêts se sont regroupés pour créer à l'étranger, soit en Italie, soit surtout en Afrique du Nord, Maroc principalement, des entreprises qui fournissent les jeunes plants. Importés en France à bon compte les plants sont ensuite redistribués dans les diverses exploitations et forcés. Le commerce d'ailleurs porte plus sur des plantes vertes ligneuses, du type sanseveria, ou grimpantes du type ficus, que sur les plantes à fleurs plus délicates à élever.

Poussées par les besoins de la standardisation, les entreprises abandonnent la polyvalence qui fit leur renom dans l'entre-deux-guerres et se spécialisent dans la fourniture de quelques plantes. Suivant les pays et les régions, des vocations se créent. En France, les exploitations de la vallée de la Loire sont surtout spécialisées dans les belles plantes vertes, les hortensias fleuris ou prêts à être forcés, ou même dans les modestes plantes comme les bruyères. Les ficus, philodendrons et sanseverias se trouvent plutôt sur la Côte d'Azur ; les Parisiens sont aussi producteurs, mais ils mettent davantage l'accent sur le forçage des plantes en vue de satisfaire l'énorme marché local. Une complémentarité s'est ainsi établie en France entre des exploitations peu nombreuses mais dispersées sur l'ensemble du territoire, leur puissante production ayant tendance à effacer la production traditionnelle des petites entreprises de banlieue. Il en est de même en Allemagne fédérale où les Länder du Nord et la Basse-Saxe sont surtout des pays « naisseurs » tandis que la Westphalie à cause du gros marché de consommation de la Ruhr est surtout une région de forçage.

Telles sont dans leur ensemble les conditions générales de la production et du commerce des plantes en pots. Si le marché des fleurs coupées peut être assez bien représenté par l'étude des transactions portant sur les œillets ou les roses, on peut saisir de la même façon le commerce international des plantes en pots à l'aide de celles des azalées.

2. Le commerce des azalées belges.

L'exemple des azalées est significatif ; la production et le commerce de ces plantes ont subi une évolution de structure tout à fait caractéristique. Depuis le dix-neuvième siècle, l'azalée est la spécialité de la Belgique et plus particulièrement de la grande banlieue de Gand. Plus du tiers des exportations totales belges de produits ornementaux en 1964 (35,6 %, soit 310 millions de francs belges) sont représentés par les azalées. En 1963, 534 exploitations de Flandre orientale s'intéressent à la culture, c'est-à-dire le quart des exploitations de floriculture (24) de la province. La culture des azalées ne rencontre pas sur le plan local les mêmes difficultés que celles des bégonias, autre spécialité gantoise, dont le commerce est devenu aléatoire. Contrairement à leurs voisins néerlandais, les Belges restent farouchement attachés à un individualisme assez chatouilleux, hostile à toute forme de coopération. Tournés

(24) Dans ce chiffre sont compris les maraîchers.

vers un passé horticole qui fit leur renommée, ils oublient les véritables aspects du progrès générateurs des évolutions de structure.

Le monopole belge sur le commerce mondial des azalées établi jusqu'à la seconde guerre mondiale est, aujourd'hui, battu en brèche. Les Belges n'ont pu suivre l'élargissement du marché mondial et européen de ces plantes. Le rythme d'expansion de leur culture s'est ralenti, ils ont laissé des concurrents prendre leur place, en particulier en Allemagne et en Scandinavie, principaux marchés en ce domaine. Cependant en moins de quinze ans, la production belge d'azalées a triplé.

Exportations belges

	1950		1955		1960		1964	
	Millions F.B.	Indice		Indice base				
Allemagne fédérale.	16,7	53	30,2	100	47	150	76	243
France	8,1	41	19,4	—	25,4	128	48,8	251
Pays-Bas	16,8	115	13,7	—	20,1	138	33,3	229
Italie	2,7	23	11,5	—	13,8	115	29,2	243
Royaum-Uni	10,3	49	20,6	—	27,3	129	38	179
Suède	8,1	54	15,3	—	21,8	143	30,1	198
Suisse	6,1	59	10,3	—	14,9	143	22,3	214
Norvège	1,8	52	3	—	6,2	178	9,1	261
Danemark	0,01	2	0,9	—	2	251	4,4	539

Source I.N.S. belge et L.E.I.

L'essentiel de la culture des azalées est réalisé par des horticulteurs, professionnels ou non, comme dans le cas d'autres productions de plantes en pots flamandes, par des maraîchers consacrant une partie de leurs surfaces à des cultures ornementales. Les azalées réclament en effet de très gros investissements, une main-d'œuvre spécialisée et hautement qualifiée. La culture reste l'apanage de petites exploitations familiales ; 68 % des surfaces de culture des azalées appartiennent à des entreprises de moins d'un hectare de superficie totale.

La culture, comme celle d'un certain nombre d'autres plantes ornementales comprend deux stades différents qui expliquent la création et la localisation de deux types d'entreprises. Dans un premier temps il faut élever la plante verte, dans un second temps, le forçage de la plante donne le produit fini, l'azalée en fleurs. Le commerce des azalées a débuté vers 1830 ; il se limitait alors à quelques pots vendus à des amateurs belges ou étrangers à des prix très élevés. Le Royaume-Uni, la France et l'Allemagne s'ouvrirent au grand commerce à partir de 1870. Vingt ans plus tard, les Etats-Unis deviennent un client important pour la Belgique. Par la suite les Etats-Unis limitèrent leurs importations par le « Plant Quarantaine Act » de 1919 dont les effets furent plus sensibles que ceux de la convention de Berne de 1878 interdisant les exportations de plantes avec racines enterrées.

Actuellement, le circuit commercial des azalées suit la chaîne suivante : producteur (belge), exportateur-producteur (belge ou étranger), forcerie, commerce de gros ou criée, commerce de détail, consommateur. Producteur et exportateur peuvent être confondus dans la même personne, le producteur étranger peut aussi directement forcer les plantes. Ces deux conditions ne sont pas toujours remplies, ce qui donne trois ou cinq intermédiaires entre le producteur et le consommateur Les Belges ont recensé 412 exportateurs d'azalées en 1963-64, ce qui prouve la petite puissance des entreprises. La plupart des maisons d'expédition sont installées en Flandre Orientale. Les principaux pays clients des Belges sont les pays d'Europe occidentale, les Pays-Bas, l'Allemagne fédérale et la France, puis l'Italie, la Suisse, le Royaume-Uni, la Suède. Hors d'Europe, le Liban, l'Afrique du Sud, la Chine, l'Argentine, le Maroc, Israël, les Etats-Unis, la Turquie, le Guatemala, l'Iran, constituent des marchés accessoires.

La proximité géographique du client joue un grand rôle dans le prix de vente,

directement influencé par les tarifs de livraison d'un produit qui reste somme toute un pondéreux par rapport aux fleurs coupées. Les dispositions douanières prises par les différents pays européens depuis 1945 ont entravé pendant une période, de durée variable suivant les pays, le commerce international des plantes en pots et particulièrement des azalées. La tendance du marché est aujourd'hui renversée. Nulle part en Europe la production nationale ne couvre les besoins. Les dispositions douanières sont pratiquement abrogées. Ne subsistent, comme pour le Royaume-Uni, que des dispositions générales concernant les taxes aux importations, frappant toutes les catégories de produits et tous les pays.

Les exportations belges ont à peu près quadruplé en quinze ans, ce qui est un bon indice, mais leur évolution favorable est ralentie par l'arrivée de nouveaux concurrents. Les exportations belges ont atteint :

En 1950	75 millions de francs belges,
En 1955	136 millions de francs belges,
En 1960	195 millions de francs belges,
En 1964	310 millions de francs belges.

Le commerce des azalées demeure délicat, les emballages très minutieux doivent protéger des dégradations pendant le transport ; le regroupement de la marchandise est difficile en raison du grand nombre de producteurs et d'acheteurs. Le commerce des azalées par ailleurs est très saisonnier et pose ainsi des problèmes de main-d'œuvre, de stockage du produit. L'automne en effet concentre sur une courte période l'essentiel des transactions. L'exportateur doit être un spécialiste, parlant plusieurs langues, sachant reconnaître la qualité des plantes en boutons, capable d'organiser la distribution des expéditions ou le regroupement des commandes.

Dans les régions de production l'offre reste trop dispersée. Les expéditeurs dépendent d'un trop grand nombre d'exploitations pour trouver les quantités désirées dans les variétés déterminées. Les lots sont peu uniformes une fois rassemblés. En outre, les producteurs ont l'habitude de ne pas vendre toutes leurs plantes au même exportateur pour ne pas dépendre entièrement de lui. Ils partagent ainsi leurs livraisons, et beaucoup, tout en livrant aux exportateurs, s'efforcent d'écouler directement leurs plantes à l'étranger. Du même coup les plantes belges sont chères, alourdies par les frais de livraisons et d'exécution des commandes en petites quantités. Les petits producteurs ne sont pas protégés contre les mauvais payeurs éloignés et peu scrupuleux ; ils ont peu de prises sur eux. La présentation des produits finis n'est pas parfaite, beaucoup emballent mal leurs pots, présentent mal une marchandise que les camions des grands magasins allemands transportent directement vers les étalages.

Les Belges ont donc le tort de cultiver un trop grand nombre de variétés. Dans vingt-quatre exploitations représentant une production totale de 1.743.771 plantes, on a recensé 113 variétés différentes, 20 variétés seulement dépassant chacune plus de 1 % des ventes. La variété la plus vendue, *Reinhold Ambrosius*, n'étant cultivée que pour 13,33 %. Cet extraordinaire assortiment qui, à d'autres époques et dans d'autres conditions de commercialisation, aurait donné un étonnant avantage aux producteurs flamands est aujourd'hui un élément économique défavorable. Plus le nombre de variétés croît, plus existent de risques d'échecs dans les forceries. Les petits lots de chaque variété ne peuvent être isolés dans une serre spéciale ; ils sont en fait mêlés à d'autres lots qui ne réclament pas les mêmes soins. De la sorte, leur coexistence est nuisible à la qualité de l'ensemble. Beaucoup de forceries n'achètent que les espèces les plus courantes, de couleur bien franche, ce qui limite le débouché des autres variétés et augmente leur prix. Le vaste assortiment va à l'encontre des désirs de standardisation d'une part croissante des distributeurs car la clientèle recherche essentiellement des azalées de couleur, de forme et de prix particuliers. La mode détermine d'ailleurs des vogues de couleurs, et même de formes. Les tailles arrondies, difficiles à obtenir, sont moins recherchées que les formes hétérogènes des azalées du Japon (*azalea japonica*). Les Allemands, également gros producteurs, disposent d'un très vaste assortiment. Dans les deux pays, les prix sont l'objet d'études constantes.

La plupart des prix de vente sont établis sur la taille des plantes ou leur diamètre. Des plants greffés ont une croissance plus lente que les plants francs de pied. Des variétés sont

plus demandées que d'autres et peuvent être offertes à des prix inférieurs. Les bons producteurs sont défavorisés car les forceurs ne regardent pas toujours l'excellente qualité des plantes vertes, sûrs d'obtenir une floraison homogène par leur travail. Aussi les prix belges ont-ils suivi une progression trop forte par rapport à ceux des concurrents étrangers. L'évolution des indices de prix des azalées fleuries à Aalsmeer, Cologne et Gand en témoigne : si en 1955 l'indice est à 100 dans les trois villes, en 1964 il atteint 108 à Aalsmeer, 114 à Cologne et 156 à Gand (25).

La concurrence étrangère apparaît comme de plus en plus redoutable pour les Belges, d'autant plus que beaucoup de petites exploitations flamandes ne sont pas capables de faire évoluer les techniques de production. Les cultures automatisées des Néerlandais et des Allemands, des Danois et des Français concurrencent avantageusement les petites entreprises familiales minutieuses de Flandre Orientale. Les Belges, au lieu de se satisfaire de la préparation des plantes que les autres forcent, devraient envisager la production de plantes forcées. Ces plantes trouvent en effet des prix très élevés à l'étranger. En France, une azalée de 30 centimètres est vendue 25 francs, alors qu'en Allemagne, cette plante n'atteint pas la moitié du prix (26).

Les formes irrégulières des *azalea japonica* demandent moins de travail que les formes arrondies, elles sont ainsi vendues à meilleur prix.

3. Les concurrences en Europe.

L'augmentation de la consommation de produits ornementaux en Allemagne fédérale a permis aux Belges d'effectuer un bond considérable dans leurs exportations. Les zones traditionnelles de production allemande des plantes en pots, et particulièrement des azalées, se trouvent en Saxe, aujourd'hui étrangère. Les Allemands considèrent l'azalée comme la principale plante ornementale. En 1957, un sondage de l'Institut für Demoskopie (27) montre que sur cent achats pour le cadeau, l'azalée en représente 22, le ficus 2, le cyclamen 18 ; pour l'ornementation personnelle, l'azalée 12 (toujours en tête) ; le cyclamen 11.

Les Belges ont toujours le monopole de la fourniture des *azalea indica*, la concurrence néerlandaise étant faible, les Belges détenant 98,5 % de la valeur des importations allemandes. La production intérieure allemande, très forte, est entièrement écoulée sur le marché intérieur, ne livrant que quelques plantes en pots aux Français, Suédois, Autrichiens et Italiens. La commercialisation des produits finis belges rencontre la concurrence organisée par les Allemands par des associations de vente comme l'*Azalerika* de Kevelaer ou le *Marktverband für Azaleen und Eriken* à Brême. Ces associations regroupent pour la vente une production obtenue dans des exploitations assez dispersées sur le territoire des Länder. Des membres affiliés à l'*Azerka* ont formé en 1953 un *Beratungsring* de près de 70 membres qui versent des cotisations à des instituts de recherche et reçoivent la visite de conseillers et ont la possibilité d'analyses fréquentes de leurs terres. Beaucoup de *ces producteurs vendent leurs plantes sous un label reconnu par les associations professionnelles*, ce qui est une sorte de garantie pour les consommateurs en même temps qu'un argument publicitaire.

Le marché français est surtout favorable aux Belges depuis 1960. Les azalées taillées sont essentiellement demandées par les grandes forceries de la région parisienne, mais beaucoup de grandes entreprises ont pris l'habitude de soigner les plantes pendant la dernière année de culture, ce qui réduit la masse de la valeur importée de Belgique. Les Français disposent d'après les estimations de la Fédération Nationale des Producteurs de l'Horticulture et des Pépinières, de 25 à 30 hectares de cultures d'azalées, soit environ une production de quatre millions de plantes par an. Après Paris et Versailles, d'importants établissements sont installés dans les banlieues d'Abbeville, Angers, Orléans, Tours, Nantes et Nice.

Les Pays-Bas ont constitué un marché idéal pour les Belges au lendemain de la guerre,

---

(25) Ref. Marktforschung Blumengroszmarkt Köln.
(26) Marché des fleurs, feuillages et plantes. C.N.C.E., 1962.
(27) *Der Blumenmarkt.* I.F.D., Allensbach-am-Bodensee.

grâce aux accords de création du Bénélux, à partir de 1947. Les Néerlandais, gros consommateurs, n'avaient pas encore équipé leurs entreprises de production. Le développement des cultures à Aalsmeer et en Veluwe a modifié les volumes importés. Depuis quelques années les Néerlandais sont à leur tour exportateurs.

Vers :	*Exportations* — *Florins* 1960	1963		1960	1963
U.E.B.L.	6.721	3.281	Canada	1.052	124.407
Royaume-Uni .	13.595	69.574	Suède	—	153.026
France	6.652	42.133	Suisse	—	29.916
Allemagne féd.	5.390	103.586			
Italie	14.260	19.346	TOTAL GÉNÉRAL ..	67.773	546.247

Allemands et Britanniques sont en général les principaux clients des Néerlandais, mais des clients éventuels sont intéressants. Les forceries des Pays-Bas appartiennent à deux catégories d'entreprises. Les unes, fixées autour des grandes villes distribuent leur production aux fleuristes et aux marchands ambulants très actifs pour cette branche de l'horticulture ; les autres, plus éloignées, vendent par l'intermédiaire de veilingen. La plupart sont d'ailleurs installées autour d'Aalsmeer, et la C.A.V. vend l'essentiel des azalées. Les Néerlandais vont en Flandre belge pour acheter en camion les jeunes plants d'azalées, puis ils les forcent chez eux. Les prix de détail sont comparables à ceux obtenus en Allemagne. Au niveau du commerce de gros les prix d'achat des azalées en fleurs sont majorés de 30 à 40 % ; le commerce de détail les augmente à son tour de 80 à 100 %. Les colporteurs vendent à peu près 30 % moins cher que les fleuristes. Dans l'ensemble le prix payé par le consommateur néerlandais est le quadruple de celui de la plante verte.

Plus éloignés géographiquement que les Néerlandais, les Italiens n'en sont pas moins d'excellents clients de la Belgique. Le construction du tunnel sous le mont Blanc a largement facilité les achats en Belgique par les forceurs de la plaine du Pô. Le marché italien en ce domaine est en pleine expansion. L'augmentation du pouvoir d'achat des classes à revenus moyens se traduit par une modification des importations. Tandis que les Italiens étaient autrefois acheteurs de très belles plantes destinées à une clientèle fortunée, ils sont de plus en plus acquéreurs des azalées de plus petite taille. Les Belges sont conscients de cette situation : « Au cours des cinq dernières années, la demande de fleurs et de plantes ornementales a augmenté considérablement sur le marché italien. Suivant des experts italiens, cette tendance continuera à se manifester pendant les années à venir et sera peut-être accélérée considérablement. Pour l'instant les grandes exploitations productrices de plantes en pots de l'Italie du Nord ne sont pas à même de subvenir aux besoins en différentes plantes de serre chaude et de serre froide et en azalées. » (28).

Avec les Britanniques, les Belges ont affaire à une clientèle avisée et désireuse de belles plantes. Les variétés hâtives qui sont achetées coûtent cher, aussi un petit groupe d'expéditeurs est-il seulement à même de la satisfaire. Les Belges continuent à prédominer en tant que fournisseurs des Iles Britanniques, et les timides efforts des concurrents ne sont pas, pour l'instant, dangereux.

Importations britanniques d' « azalea indica »
(en £) Office belge du commerce extérieur

Pays d'origine	1960	1963
Belgique	230.426	289.413
Autres pays	9.492	16.788

(28) Rapport annuel (1962) de l'Exportkantor Gartenbau.

A côté des nombreuses petites « nurseries » combinant maraîchage et floriculture, quelques forceries importantes se sont créées dans les banlieues. Elles ont leur clientèle attitrée de fleuristes et de magasins d'alimentation, parfois ont un stand de vente à Covent Garden. Les Iles Britanniques constituent toujours un vaste marché incomplètement satisfait. La consommation d'azalées est seulement équivalente à celle de la Suède, sept fois moins peuplée. La vétusté des structures de distribution en Grande-Bretagne est sans doute responsable de l'insuffisance de la vente des plantes ornementales (29).

Le marché suédois, toujours très intéressant, est maintenant devenu difficile pour les Belges en raison des progrès de la concurrence danoise et de la possibilité pour les détaillants suédois de s'approvisionner directement aux marchés danois et en particulier à Copenhague. La production intérieure est faible : 350 forceries ne fournissent que 100.000 plantes en pots par an.

Importations d'azalées, éricas, camélias et rhododendrons

(en milliers de couronnes suédoises)

Provenance	1959	1964
Danemark	80	822
Pays-Bas	530	1.259
Belgique	2.355	3.578
TOTAL GÉNÉRAL	3.108	6.152

La Suisse constitue encore un large marché, bien que la production nationale soit en développement constant. Les horticulteurs helvétiques vendent directement aux fleuristes, les cinq bourses à fleurs du pays ne fournissent pas toutefois un bien grand nombre de plantes. La consommation croît moins en fonction de l'offre par les fleuristes que par suite des efforts de vulgarisation des plantes par le commerce succursaliste.

La Norvège, avec moins de quatre millions d'habitants, mais sans production notable, est un marché intéressant malgré les difficultés d'accès, car la consommation est dispersée sur un vaste territoire.

Reste le Danemark. Faiblement acheteur d'azalées belges, il est maintenant un exportateur redoutable. Jusqu'en 1962, les Danois ont profité d'un régime douanier protectionniste pour développer une production nationale massive. Jusqu'en 1956, tous les échanges devaient porter sur des opérations compensatoires ; après une période transitoire, en 1963, les importations ont été libéralisées. Partant d'une situation engourdie, le commerce a rapidement pris de l'ampleur. En réalité, la production nationale danoise reste très active (cf. page 217, 1re partie : Scandinavie).

Grâce à une telle production, le Danemark a concurrencé la Belgique. Le principal débouché nordique, la Suède, est un territoire bien placé pour les exportations de plantes danoises Les frais de transport sont moindres que pour les produits belges, les prix des plantes danoises sont en outre inférieurs à tous ceux des autres concurrents en raison de la standardisation de la production. L'offre est enfin très concentrée à Copenhague, au lieu d'être dispersée dans les centaines d'exploitations de la Flandre belge. La G.A.S.A. d'Odense a son propre réseau de vente en Suède et livre les plantes par camions entiers, disposant, pour réaliser le complément des chargements, soit de l'asparagus, soit de légumes.

Les autres pays d'Europe sont de trop faibles producteurs et consommateurs pour peser d'une quelconque manière dans le commerce européen des plantes en pots et en particulier dans celui des azalées. Ni les Autrichiens, ni les Finlandais, ni les pays de l'Europe de l'Est, ne représentent un marché important, et leur production nationale suffit à couvrir

(29) The Market for Flowers. Horticultural Marketing Council, 1962.

des besoins limités. Seules quelques grosses exploitations de la banlieue de Vienne importent des plantes de Belgique et d'Italie, à un moindre degré d'Allemagne fédérale.

Les Belges, pour terminer ce panorama du commerce des plantes en pots, disposent en outre de clients hors d'Europe. Les Etats-Unis et le Canada entretiennent des échanges avec la Belgique, mais ne peuvent représenter un débouché important. *Des raisons de transport limitent à l'Europe occidentale seule le commerce des plantes en pots.*

c) COMMERCE DES BULBES.

Le marché des bulbes en Europe comme dans le monde est dominé par l'activité extraordinaire des Néerlandais. Détenant l'essentiel de la production grâce à 12.500 bulbiculteurs nationaux et à de très nombreux intérêts surveillant la culture à l'étranger, les Néerlandais ont établi un véritable monopole que personne encore ne peut leur contester. Une marchandise de ce type échappe en grande partie aux impératifs habituels du commerce floral. En effet les bulbes doivent être stockés et préparés avant leur commercialisation, et les producteurs de fleurs coupées comme les amateurs possesseurs de jardins ne peuvent planter n'importe quel bulbe. Il est nécessaire en effet de le traiter du point de vue phytosanitaire et il faut lui faire subir très souvent un traitement thermique. De la sorte les Néerlandais savent qu'il est difficile de se passer de leurs services, d'autant plus qu'ils sont à peu près parfaits.

Non seulement les horticulteurs de la Frise et de la Hollande détiennent le monopole de la production mais ils se sont efforcés de contrôler le commerce mondial des bulbes et même celui des sous-produits, c'est-à-dire des fleurs coupées. Ils ont entrepris des campagnes publicitaires, très souvent anonymes, où le nom de Pays-Bas n'est même pas prononcé, affiché ou écrit, de façon à développer des habitudes d'achats de fleurs de bulbes, ce qui, en définitive leur est profitable, même si quelques producteurs étrangers peuvent en bénéficier.

A la différence du marché des fleurs coupées aux Pays-Bas, les veilingen n'écoulent qu'une très faible partie des bulbes. Les circuits commerciaux ne s'organisent pas de la même façon. L'essentiel de la production bulbicole étant destiné à l'exportation, les négociants en bulbes préfèrent s'aprovisionner à la bourse (K.A.V.) de Haarlem-Leidsevaart plutôt qu'aux veilingen de Lisse dans le Bollenstreek et de Bovenskarspel dans le Westfriesland. Les veilingen ne prennent donc qu'une part timide dans la vente des bulbes. Les deux veilingen présentent cependant un certain nombre d'avantages sur la K.A.V. Les bulbes sont normalisés avant la vente et les producteurs, immédiatement après les transactions sont assurés de rentrer dans leur argent, les veilingen exigeant le paiement immédiat par les acheteurs. Aucune commission n'est retenue sur le montant des ventes en dehors d'un faible pourcentage destiné à assurer le fonctionnement de la criée et à garantir le fonds de surplus.

Parallèlement à ces deux systèmes, les *bureaux de vente* (verkoopsbureau) sont tenus par des grossistes qui s'engagent à acheter la totalité de la production d'un certain nombre de bulbiculteurs et de l'écouler sur le marché intérieur seulement. Comme ils ont le plus souvent trop de stocks, ils les vendent à des exportateurs, car le droit à l'exportation leur est interdit. Ce système augmente quelque peu le prix de vente des bulbes sur le marché extérieur puisque une double transaction s'opère dans le pays producteur. Ce système est donc un peu surprenant dans un pays qui s'efforce d'obtenir les plus bas prix. Cela explique en outre l'activité essentielle de la Bourse. Dans le système de la Bourse en effet l'exportateur achète des bulbes non pas sur échantillon comme dans les veilingen, mais après une discussion avec le vendeur ou son représentant. Une fois par semaine, le lundi, se traitent les ventes de bulbes.

Le Produktshap voor Siegerwassen (P.V.S.) a la haute main sur l'écoulement des bulbes. Il s'agit pour lui de réglementer le marché de façon que toute surproduction accidentelle (trop bonne récolte) ou occasionnelle (réduction des importations par un pays) ne se traduise pas par un effondrement des cours. Les jacinthes, les tulipes et les narcisses sont rachetés en période de surplus ; ils servent à la fabrication des tourteaux et sont achetés aux bulbiculteurs qui n'ont pu vendre ou aux exportateurs qui auraient tendance à accumuler des stocks, ce qui

se traduirait également par la vente, lors de la campagne suivante, de bulbes de qualité devenue secondaire et irait à l'encontre des buts poursuivis par les Néerlandais à la recherche de la meilleure qualité. Cependant les données du P.V.S. sont si précises que les surplus sont exceptionnels, et constituent en général moins d'un pour cent de la récolte des trois principales espèces.

Le P.V.S. surveille également le secteur des exportations. Tous les négociants exportateurs sont en possession d'une licence délivrée par le *Bedrijfshap* qui se livre auparavant à une enquête sur les capacités techniques, financières et commerciales du candidat à l'exportation. Aux Pays-Bas la fonction d'expéditeur est cumulative avec celle de bulbiculteur et les deux tiers des exportateurs sont en même temps des cultivateurs de bulbes, en espèces principales ou secondaires. Les exportateurs sont au nombre de 700 environ et plus de 400 sont bulbiculteurs. Ces derniers représentent 4 % du nombre des exploitants, mais tiennent le quart des terres bulbicoles.

L'approvisionnement pour l'exportation se fait dans des marchés variés, mais à des prix fixés par des contrats plusieurs mois auparavant, au moment, surtout, de la mise en terre des bulbes. L'inconvénient de ces contrats provient de l'obligation dans laquelle se trouve l'exportateur de payer le producteur le 1er novembre, tandis qu'il vient de vendre les bulbes à l'étranger de juin à septembre. La plupart des importateurs étrangers n'ont pas encore honoré les factures et il faut donc posséder une importante couverture financière puisque, en quelque sorte, les exportateurs doivent faire l'avance d'une année de vente.

Les exportateurs possèdent un grand nombre de représentants qui parcourent les pays étrangers pour placer leur marchandise. Publicité officielle et privée, catalogues, circulaires, colis-cadeaux, les aident à conserver leur monopole commercial. Le maintien des débouchés extérieurs étant essentiel pour les bulbiculteurs, trois mille représentants des exportateurs rendent visite plusieurs fois par an aux négociants étrangers. Les uns vont proposer aux forceurs les bulbes et les bulbilles à faire grossir, souvent ils le font en accord avec des producteurs hollandais qui ont passé des contrats de culture avec des paysans italiens, français, sud-africains. D'autres vont proposer aux grossistes étrangers un échantillonnage des bulbes néerlandais ; ils approvisionnent ainsi les gros fournisseurs étrangers. D'autres enfin se mettent en rapport avec les producteurs spécialisés dans la fleur coupée ; ces derniers préfèrent souvent passer par l'intermédiaire d'une maison nationale qui assure la garantie des bulbes achetés. En effet dans la mesure où le climat régional est très différent de celui des Pays-Bas des maladies nouvelles peuvent frapper les bulbes, les Néerlandais ne garantissant plus à ce moment-là leur marchandise. Le souci de conquérir les marchés étrangers est tel qu'on a même vu les exportateurs des Pays-Bas pour vaincre les contingentements douaniers de certains pays, expédier par colis postaux de faible poids d'énormes quantités de bulbes vers des boîtes à lettres établies à cet effet dans le pays choisi !

L'activité des exportateurs est surtout forte de décembre à juin. La livraison des bulbes s'effectue en été. L'exportateur les a séchés, calibrés, emballés. Cette activité saisonnière provoque un décalage dans les recettes (15 % des 225 millions de florins représentant la valeur des exportations de bulbes sont seulement encaissés dans le premier semestre de l'année). Les exportateurs sont à la tête de maisons d'importance très inégale. Près de cinq cents ont un chiffre d'affaires inférieur à 500.000 florins ; une centaine atteint ou dépasse le million ; une vingtaine les deux millions de florins.

En Europe et en Amérique du Nord, les Néerlandais détiennent, pour l'Europe surtout, l'essentiel du marché des bulbes. Leurs concurrents sont les pays de l'Europe froide, des Iles Britanniques à la Scandinavie. Anglais, Allemands, Danois et Suédois sont de gros bulbiculteurs. La plupart des bulbes sont importés des Pays-Bas. Toutefois des maisons britanniques et danoises ont commencé à s'occuper du grossissement des bulbes. Il n'est pas rare que ces maisons soient contrôlées directement ou indirectement, en totalité ou en partie, par les Néerlandais, façon détournée de limiter la concurrence. Pour l'instant, le rival dangereux vient de l'Extrême-Orient. Les Japonais en effet se sont en ce domaine lancés à la conquête du marché nord américain. Leurs bulbes, moins chers que ceux des Pays-Bas, affluent aux Etats-Unis. Les Néerlandais ont immédiatement compris le danger et se sont efforcés de

commercialiser eux-mêmes les bulbes japonais. Cette attitude montre toute la souplesse d'adaptation des Néerlandais pour faire face à une situation de marché sans cesse en évolution. Les gros exportateurs néerlandais tiennent à jour des fichiers de « clients éventuels », listes de professions libérales, possesseurs de résidences secondaires dans toute l'Europe. Chaque année ces « clients » reçoivent un catalogue où les prix sont majorés de 10 % par rapport aux autres cours pour couvrir les frais d'emballages et d'expédition en petites quantités. Par cartes-réponses dispensées du timbrage, les acheteurs passent ainsi commande. Il est intéressant de remarquer l'énorme travail ainsi imposé aux maisons néerlandaises pour une proportion de vente somme toute négligeable, puisque 98 % des expéditions sont effectués vers les grossistes et les forceurs. Certains envois sont même faits à perte, ce sont des cadeaux envoyés contre remboursement dans l'espoir de s'attacher un nouveau client.

L'extraordinaire vitalité des professionnels néerlandais apparaîtra mieux encore dans l'étude d'une situation de marché à la suite de la récolte de 1965 (30).

En septembre 1965 aux Pays-Bas le commerce des bulbes et oignons à fleurs est très actif et caractérisé par des prix en hausse ou pour le moins fermes. Des difficultés même d'approvisionnement sont apparues. Jusqu'à présent le commerce d'exportation néerlandais n'a pu honorer qu'en partie les commandes passées par les clients étrangers et depuis quelques semaines des achats complémentaires en Bourse sont effectués chaque jour, ainsi que dans les veilingen. La hâte qui dure depuis quelques semaines aux Pays-Bas est due au fait que les expéditions destinées à certains clients doivent être livrées tôt dans la saison, en particulier au Canada et aux Etats-Unis. Les Allemands en outre réclament plus tôt que d'habitude leurs livraisons.

L'évolution ultérieure de la demande dans les principaux pays acheteurs dépend principalement de l'évolution du marché néerlandais au cours des mois de septembre et d'octobre. Si les surfaces cultivées sont connues, le potentiel de récolte n'est pas déterminé de façon absolue. Il en est donc de même par voie de conséquence du volume des ventes. Aux Etats-Unis la campagne de vente des oignons à fleurs d'automne s'est déroulée mieux que prévu grâce à une publicité bien organisée et bien dirigée. Le Canada a également acheté davantage de bulbes. Dans les pays scandinaves les ventes ont été aussi plus importantes qu'au cours de la saison précédente. Pour la Grande-Bretagne et la France les avis diffèrent encore. Il semble que les quantités achetées seront légèrement supérieures à celles de l'année dernière pour les deux pays. En Autriche et en Italie le volume des commandes de l'année précédente n'a pas encore été dépassé. Jusqu'à présent les Suisses ont été prudents mais on s'attend à de nouvelles commandes. Personne ne peut encore dire exactement quels seront les besoins de l'Allemagne fédérale qui est devenue, de loin, le principal client des Pays-Bas.

Les petites et moyennes exploitations allemandes qui pratiquent la vente directe des fleurs aux fleuristes ou sur le marché des villes ont réalisé des achats moins importants que ceux de l'année dernière. Si les prix baissent, surtout pour les tulipes et les narcisses, des achats supplémentaires auront lieu à la fin de l'automne. La situation des grandes exploitations en relation avec les marchés de gros est plus critique. Les risques de culture leur paraissent trop importants, car les marges bénéficiaires sont restreintes et la main-d'œuvre a été rare. Quelques grosses entreprises envisagent même un abandon de la bulbiculture et une reconversion dans les plantes à fleurs coupées, œillets et roses. La situation est d'autant plus délicate pour les exportateurs néerlandais que ce groupe d'acheteurs est important. Du même coup les achats destinés à la vente aux Allemands ont été très réservés pour prévenir tout risque. Le commerce de détail qui provoquera en fin de compte les commandes par les producteurs allemands n'a pas encore fait connaître son attitude, qui dépendra en réalité des conditions climatiques. Même si le temps est favorable en automne il apparaît difficile aux Néerlandais de réussir une campagne de vente en Allemagne aussi brillante que celle de l'année précédente. Toutefois l'espoir subsiste en Hollande que les énormes dépenses publicitaires effectuées porteront leurs fruits. Pour l'instant cette situation n'inquiète pas

---

(30) D'après Saatgutwirtschaft de septembre 1965. Traduction du C.N.C.E.

les exportateurs occupés à travailler jour et nuit pour satisfaire les commandes venues du monde entier. Le personnel manque malgré l'engagement d'étudiants et d'autre main-d'œuvre d'appoint.

La qualité de la récolte est bonne et même meilleure qu'une année plus tôt. Le pourcentage de déchets est plus faible qu'en 1964, surtout pour les tulipes ; le rendement varie selon les espèces ; le niveau général des prix est relativement ferme et a tendance à s'élever pour certaines espèces et variétés, avec des variations quotidiennes, consécutives à la réception des commandes.

La situation des jacinthes est intéressante. Comme prévu on reste persuadé qu'il ne faudra pas écouler entièrement cette bonne récolte et d'importantes quantités seront détruites avec l'appui du fonds de surplus de façon que les prix soient soutenus. Les prix resteront malgré tout assez bas. La situation est tout à fait différente pour les tulipes. L'augmentation du potentiel de production par rapport à l'année précédente rend incertaine la campagne de vente.

Pour les tulipes simples hâtives les surfaces cultivées ont augmenté de 10 % environ et la récolte ne suffit pas à la couverture des besoins. Les cours sont particulièrement élevés pour les oignons de 12 cm et plus ; les variétés de cette catégorie sont particulièrement chères. Les bulbes de dimension inférieure et même les bulbes de 10-11 sont bon marché. La diminution peu importante des surfaces cultivées en tulipes doubles hâtives est maintenant très sensible sur le marché. Il sera difficile de satisfaire la demande dans ce secteur en particulier pour les bulbes dépassant 12 cm. Les Murillosports de plus de 12 cm mais aussi de 11 et 12 atteignent des prix élevés. Seules quelques variétés de cette catégorie sont bon marché. Les prix consentis par les importateurs sur le marché allemand sont plus avantageux que les prix de réapprovisionnement aux Pays-Bas. La demande de tulipes Mendel est très active et comme prévu les cours varient selon les variétés. Pour les tulipes Triumph l'extension des surfaces cultivées a permis un renforcement sensible de l'offre. Les cours sont en moyenne plus élevés qu'il y a deux mois ; les bulbes supérieurs à 12 cm sont chers, quelles que soient les variétés. Les cours des bulbes de Darwin de plus de 12 cm ont tendance à augmenter.

Les surfaces affectées à la culture des tulipes simples tardives sont restés inchangées par rapport à celles de l'année dernière et il y a déjà pénurie si bien que pour de nombreuses variétés les cours sont en hausse. Les tulipes doubles tardives sont maintenant très demandées et chères à cause de la faible importance des surfaces cultivées. Les tulipes à fleur de lis ne suffisent plus à satisfaire la demande, les cours sont élevés pour presque toutes les variétés et l'achat par grandes quantités est déjà très difficile. Cette catégorie de tulipes est de plus en plus demandée et il faut envisager une extension des cultures pour l'année prochaine. Les tulipes Perroquet, Breeder, Rembrandt restent chères et leur prix est en hausse. Parmi les tulipes Perroquet les cours de la variété Doormann sont encore accessibles mais ils augmenteront bientôt. La situation est particulièrement critique pour les tulipes « botaniques ». La récolte a été décevante, la demande augmente chaque année. Les surfaces cultivées ont en outre un peu diminué. Les cours sont exorbitants pour les variétés fosteriana ; la récolte sera donc écoulée sans difficulté et avec profit.

La situation des narcisses est assez confuse. Il est difficile en ce mois de septembre de connaître l'importance de la récolte néerlandaise et d'apprécier le volume des ventes. Les prix des bulbes ont tendance à augmenter dans les veilingen et aux bourses, même pour la variété Carlton jusque-là avantageuse. Le marché des articles préemballés est très mouvant ; les commandes en provenance de l'étranger sont importantes.

La demande reste bonne pour les anémones et l'offre de quelques espèces est insuffisante. Le marché est actif pour tous les Chinodexa, celui des Colchiques est meilleur que celui de l'année dernière. La situation par contre est critique pour les Crocus de jardin, tout ce qui arrive sur les marchés est immédiatement vendu, les prix en hausse rapide et il sera difficile de satisfaire la demande pour les variétés de plus de 9 cm. Les variétés blanches et striées sont particulièrement chères. Les crocus botaniques sont encore sur le marché à des prix intéressants, mais la demande est active, il en va de même pour Eranthis et Erythronium. Les cours des Fritillaria imperialis sont fermes et en hausse, et les véritables Lutea maxima

jaunes atteignent des prix très élevés. La situation est fâcheuse pour les Galanthus. L'offre de Galanthus Elwesii turc a été souvent trop abondante, mais en cette campagne des millions de bulbes manquent pour satisfaire la demande pour les bulbes de gros calibre. La récolte turque a été décevante et cet articles est de plus en plus demandé par les firmes néerlandaises surtout depuis que les *Galanthus nivalis* ont augmenté. La récolte d'Iris hollandica n'a pas été satisfaisante aussi les cours augmentent-ils constamment. L'offre d'Ixia par contre est suffisante. Il sera probablement très difficile de satisfaire complètement la demande de Leucojum vernum malgré les importations. Les cours des Muscari et des renoncules sont encore modérés. L'offre de Scilla reste faible et leur prix augmente.

Ainsi l'étude d'une situation particulière au moment des ventes néerlandaises montre à quel point la production influence le commerce et de quelle façon les résultats d'une campagne de vente déterminent pour l'année suivante la mise en culture des bulbes. Sans cesse, par le biais des organismes officiels, production et commerce montrent leur interdépendance, la première organisant son travail pour répondre aux besoins des exportations, le second régularisant le marché par la destruction d'excédents ou la modification des prix. Il n'existe pas d'autre domaine dans l'horticulture ornementale où la discipline soit aussi poussée, il n'en existe pas non plus où la réussite d'un grand nombre de professionnels est aussi complète.

d) COMMERCE DES PRODUITS DE PÉPINIÈRES.

Les produits de pépinières donnent lieu à un commerce en essor croissant. Pendant longtemps les échanges de produits de pépinières ornementales ont été limités à des espèces de faible encombrement et de prix assez élevé. L'essentiel du travail des pépinières en dehors de la production des arbustes et arbres d'ornement est la production des plants de rosiers, soit pour les parcs et jardins, soit pour la fourniture de plants aux producteurs de fleurs coupées. Le commerce de l'ensemble de ces produits est aujourd'hui plus complet et plus varié.

Les rosiéristes producteurs de fleurs coupées limitent leurs commandes de plants à des entreprises qualifiées et à des maisons qui ont réussi l'obtention de quelques roses de qualité, objet du grand commerce floral. Une dizaine de variétés de roses seulement constitue l'essentiel des variétés vendues en Europe. Les autres variétés moins connues sont plus chères et moins cultivées. La plupart des obtenteurs délivrent à des pépiniéristes le droit de multiplier les plants, tout en exerçant un contrôle permanent sur la tenue des cultures. Ainsi une concentration s'est opérée, qui a entraîné une limitation du nombre des entreprises, la demande étant réduite à quelques variétés. Les entreprises de pépinières ont également développé des variétés de rosiers pour les jardins, variétés dont la gamme est beaucoup plus ample parce que les possibilités de culture sont plus nombreuses. Les exigences de la clientèle sont différentes de celles des producteurs de fleurs coupées, ce qui entraîne une multiplication des variétés. La commercialisation de ces produits exige un équipement complexe et coûteux, autre élément poussant à la concentration des entreprises.

L'édition d'un catalogue souvent luxueux, la nécessité de disposer d'un grand nombre de plants en réserve pour faire face aux commandes, obligent à des investissements importants que seules les grandes exploitations peuvent réaliser. La clientèle a des goûts changeants, aussi, seules les grandes entreprises mettant en culture un grand nombre de variétés et une grande quantité dans chaque variété sont capables de faire face à la demande. De la sorte, dans le domaine de la pépinière de rosiers on assiste à une concentration des entreprises ou, lorsqu'elle n'existe pas en apparence, à une concentration en fait. Dans certaines régions en effet, comme à Boskoop, les petits pépiniéristes travaillent à la commande pour de grandes maisons, en sous-traitance en quelque sorte, assurés de trouver un débouché sans grands frais de publicité. Une dizaine d'entreprises pépiniéristes en France, Italie, Pays-Bas et Allemagne dessert ainsi le marché national et entretient le travail de plusieurs centaines de petits producteurs pépiniéristes. La situation du marché assure le maintien d'une telle situation de dépendance. Les ventes par catalogues deviennent de plus en plus importantes.

Sans doute les grandes affaires se traitent par centaines de plants pour les commandes des villes, par milliers pour les exploitations de fleurs coupées. Une très grande partie de la commercialisltion est réalisée aussi par l'expédition à des clients de quelques plants seulement, quand ce n'est pas d'une seule unité. Pour entretenir leur jardin, beaucoup de citadins achètent chaque année ainsi une ou deux plantes décoratives, et le plus souvent un rosier. La vente s'opère par le biais d'un catalogue, et la maison d'expédition conserve ensuite l'adresse du client pour lui assurer la livraison pendant trois ans de ses nouveaux catalogues. Le client n'est abandonné que si, dans ce délai, il n'a pas renouvelé d'achat. Un autre moyen de toucher la clientèle est de commercialiser les rosiers par l'intermédiaire des magasins grainetiers des villes. Certaines firmes ont leur propre réseau de correspondants et de distributeurs, d'autres se contentent d'accords annuels.

De toute façon, le commerce des plants de rosiers est très actif ; il reste local cependant. En effet les plants qui sont obtenus en pépinières dans une région peuvent difficilement s'acclimater dans une autre ; le commerce reste régional, à moins que des traitements particuliers ou des soins spéciaux aient été donnés à la plante pour lui permettre d'être transplantée dans d'autres conditions de culture. L'avantage de la région lyonnaise pour la France est de donner aux plants de rosiers, grâce à des conditions bioclimatiques originales, une préparation telle qu'ils peuvent aussi bien être vendus dans le midi que dans le nord de la France. L'affaire est plus délicate dans le Val de Loire où le débouché reste surtout septentrional.

La rénovation du commerce des produits de la pépinière provient surtout, en dehors des livraisons de rosiers qui peuvent s'effectuer par la poste pour les cas isolés, les possibilités de livraisons par camions. Le camion poids lourd, maniable et rapide, permet d'envisager des livraisons à longue distance tandis que jusqu'à une période très récente, les livraisons devaient s'effectuer par train. Les expéditions de produits néerlandais et allemands étaient entravées par la longueur des trajets et les difficultés du chargement ferroviaire. Les Italiens, car ce sont eux les gros vendeurs en l'occurrence, grâce au camion de 2 à 10 tonnes, ont rénové les circuits commerciaux. Les arbustes d'ornement, légers et maniables ne sont plus désormais les seuls à voyager en Europe. Les gros arbres commencent à être expédiés sur de longues distances. Ici encore les échanges sont subordonnés aux prix de revient. On se souvient des exceptionnelles possibilités des Toscans. Leur climat, leur sol, leur permettent d'obtenir de très beaux arbres en un temps relativement bref. L'abaissement du prix de revient qui en résulte leur permet d'être concurrentiels dans l'ensemble de l'Europe ou presque. Le développement du réseau autoroutier, les méthodes de chargement si particulières de l'arrière à l'avant de la plate-forme du camion, leur donnent la possibilité de livraisons dans toute l'Europe. Rien ne les arrête, ni les ponts ni les traversées de villes, et dans le cas de chargements d'arbustes, les livraisons sont très rapides. Il est préférable d'acheter en Toscane des plants de conifères de trois à cinq ans plutôt que d'immobiliser la terre de la pépinière pendant cette durée puisque, au bout de ce délai, les produits de Toscane sont meilleur marché livrés sur la pépinière, prêts à être transplantés. Par le Brenner, le tunnel du mont Blanc et la moyenne corniche, passent ainsi les produits de la Toscane à destination de toute l'Europe.

Les pépiniéristes de l'Europe entière ont longtemps cherché le secret de la réussite des pépiniéristes de Toscane ; il n'est pas possible en ce domaine de les imiter, car les conditions de production sont aussi coûteuses qu'ailleurs, seul le climat donne des formes plus belles et plus grandes dans un même temps. *Plus encore que dans le domaine de la fleur coupée ou celui des plantes en pots, les produits de la pépinière restent bien du domaine des climats privilégiés.* Beaucoup de pépiniéristes modifient leurs activités pour pallier cet inconvénient. En effet la plupart des entreprises sont situées dans des régions de forte urbanisation ou d'urbanisation croissante. Ils se font les spécialistes de la décoration et possèdent des bureaux d'études pour la disposition des parcs et jardins et l'ornementation des ensembles sportifs et urbains, signe d'une évolution du commerce mais aussi renforcement de la tendance à l'emploi de végétaux d'ornementation au moment où les plants fruitiers et forestiers sont de débouché de plus en plus limité. Sans doute on ne plante plus de platanes au bord des routes, mais les quartiers nouveaux des villes absorbent des espèces plus chères

que les platanes démodés. Les difficultés de commercialisation proviennent dans les entreprises polyvalentes du placement des arbres fruitiers, pommiers et poiriers, et surtout des plants de vigne. Tous ces éléments expliquent l'acharnement des pépiniéristes à développer les plants d'ornement.

Quelques pépiniéristes bien placés dans les banlieues ajoutent d'autres spécialités qui ne relèvent pas directement du travail de la pépinière comme la production de plantes en pots qui leur permettent de garnir les massifs qu'ils réalisent. Leur choix se porte sur des espèces qui ne réclament pas un grand nombre de soins faute de quoi ils seraient obligés d'entretenir une main-d'œuvre trop importante. Plantes vertes et plantes molles, quelques palmiers nains constituent l'essentiel de leur production.

IV. LES MARCHÉS NATIONAUX

Les nécessités de la distribution ont provoqué la création à travers toute l'Europe de réseaux de transport alimentant les grandes places de commerce. Les grandes lignes du commerce sont en définitive déterminées par les besoins de chaque nation consommatrice. Les fleurs étrangères subissent les incidences des transports qui alourdissent, avec le passage des frontières, leurs prix ; les fleurs de production locale ou environnante peuvent ainsi concurrencer plus aisément les fleurs importées.

En considérant de prime abord les marchés nationaux on peut les répartir en trois ensembles (31). L'Italie et les Pays-Bas, chacun représentant une des grandes tendances de la technique floricole, sont surproducteurs, le débouché étranger est indispensable. La France occupe une position moyenne : gros consommateur, gros producteur, exportateur mais aussi capable d'absorber des livraisons venant de l'étranger, elle représente le marché le plus complet.

Tous les autres pays doivent importer massivement des fleurs : l'Allemagne Fédérale, pourtant l'une des grandes nations horticoles, la Suisse, le Royaume-Uni et la Suède sont les principaux consommateurs de fleurs en Europe, gros importateurs malgré des floricultures nationales actives. Les achats de fleurs d'intérieur et fleurs-cadeaux portent sur les marchandises nationales et les fleurs importées, presque toute l'année. Les importations sont le résultat de circuits d'approvisionnement dont l'origine et la formation sont très complexes. Chaque type d'approvisionnement national est un cas particulier car il tient compte des habitudes d'achat nationales.

Les Britanniques, gros consommateurs de fleurettes assemblées en petits bouquets, doivent s'adresser pour leurs fournitures aux producteurs de fleurs de bulbes comme les Varois, les Néerlandais et les horticulteurs de Guernesey et Jersey pour l'approvisionnement en œillets. La concurrence est ouverte entre les pays producteurs, quels qu'ils soient. Les Suédois et les Suisses, en raison de leur fort pouvoir d'achat, sont les principaux acheteurs de fleurs de haute valeur, même si une production nationale, peu importante par rapport à l'ensemble européen, trouve une possibilité de commercialisation à l'intérieur du pays. Les fleurs de bonne qualité mais de prix élevé sont adressées à ces deux pays par les producteurs méditerranéens ou néerlandais.

Les Belges, disposant d'une horticulture ornementale puissante mais déséquilibrée, sont importateurs de fleurs coupées et exportateurs de plantes ornementales. Les Espagnols, les Français et leurs voisins Néerlandais fournissent les apports nécessaires sur le marché bruxellois.

Malgré des nuances de détail, tous les pays industrialisés de l'Europe du Nord-Ouest réclament des fleurs aux grands pays producteurs. Des habitudes d'achat se sont établies, des courants commerciaux créés, de nouveaux venant compléter l'ancien réseau de distribution. Les échanges en valeur et en tonnages sont susceptibles de modification rapide dans la mesure où des décisions sont prises par le commerce de redistribution en faisant appel à des fournisseurs nouveaux qui s'imposent ensuite progressivement sur le marché régional ou national par leurs prix compétitifs. On retrouve l'une des données fondamentales de la floriculture, celle de l'incidence des prix de gros sur la commercialisation.

Deux types de nations s'individualisent en fin de compte en Europe, la France occupant une position charnière. Des pays ont un marché intérieur satisfait ou excédentaire, d'autres au contraire doivent faire appel, pour une part variable, au commerce d'importation. Ces deux situations fondamentales, saturation ou déficit, permettent d'opposer des politiques florales différentes selon les pays.

---

(31) En dehors des études du C.N.C.E. et du livre de Busch, déjà cités, les renseignements concernant les marchés nationaux sont très rares et relèvent des enquêtes directes auprès des importateurs et directeurs de marchés. L'A.I.P.H. publie chaque année une synthèse commode sur le commerce extérieur de chaque Etat.

TABLEAU DU

PAYS	Produits horticoles non comestibles		Bulbes, oignons tubercules et autres en repos végétatif		Fleurs coupées fraîches	
	IMPORT.	EXPORT.	IMPORT.	EXPORT.	IMPORT.	EXPORT.
ALLEMAGNE OUEST	90	4,6	28,4	1,1	38,7	0,0
	117,1	5,8	31,7	1,3	56,2	0,0
BELGIQUE-LUX.	4,3	17,4	1,6	3,7	0,8	0,1
	4,5	21,3	1,6	4,2	0,6	0,2
FRANCE	17,8	5,8	9,3	0,6	1,6	3,0
	21,2	9,5	9	1,6	3,0	4,1
ITALIE	6,7	30,3	3,2	0,4	0,6	26,0
	9,3	36,4	3,5	0,4	1,3	31,0
PAYS-BAS	5,6	141,7	2	89,6	0,2	29,5
	7,5	164,2	2,7	89,9	0,3	45,3
AUTRICHE	3,4	0,2	0,9	0,0	1,2	0,0
	5,7	0,3	1,4	0,0	2,0	0,0
DANEMARK	3,7	11,8	1,6	0,1	0,1	0,9
	3,7	14,7	1,6	0,2	0,1	1,0
NORVEGE	3,7	0,6	1,8	0,0	0,8	0,0
	4,4	0,6	1,7	0,0	1,1	0,0
ROYAUME-UNI	28,2	(63) 0,5	16,4	(55) 0,2	3,2	—
	25,9	—	13,5	—	3,5	—
SUEDE	26	0,3	10,8	0,0	6,5	0,0
	30,1	0,4	11,5	0,0	7	0,0
SUISSE	12,7	0,2	2,7	0,0	6,0	0,0
	15,8	0,2	2,8	0,0	7,9	0,0
ESPAGNE	(61) 0,2	(61) 1,2	(61) 0,1	0,0	—	—
	0,7	1,1	0,2	0,0	0,0	0,6
FINLANDE	6,4	(60) 0,9	3,6	0,0	0,6	—
	7,6	1,4	3,9	0,0	0,9	0,0

✳ **En millions de dollars U S.**

NOTA - Pour chaque pays, la première ligne de chiffres indique le commerce en 1964, la seconde ligne, le commerce en 1966.

COMMERCE EUROPÉEN *

Plantes vivantes		Plantes de pépinières		Autres plantes vivantes		PAYS
IMPORT.	EXPORT.	IMPORT.	EXPORT.	IMPORT.	EXPORT.	
13,4 16,8	3,3 4,3	—	—	—	—	.... ALLEMAGNE OUEST
1,8 2,0	13,5 16,7	0,9 1,5	2,1 2,8	0,8 0,4	11,4 13,8	..... BELGIQUE-LUX.
6,8 8,8	1,8 3,4	2,8 3,2	1,4 2,3	4,0 5,6	0,4 1,2	..... FRANCE
2,8 4,3	2,1 2,7	(60) 0,7	(60) 0,9	(60) 0,6	(60) 0,3	..... ITALIE
3,1 4,2	23,3 28,6	0,9 1	16,7 20,2	2,2 2,3	5,7 7,9	..... PAYS-BAS
1,1 1,3	0,1 0,2	0,6 1,0	0,1 0,2	0,5 0,8	0,0 0,0	..... AUTRICHE
1,8 1,7	7,6 8,8	—	—	—	—	..... DANEMARK
1,1 1,5	0,1 0,0	—	—	—	—	..... NORVEGE
8,0 8,1	(55) 0,2 —	(60) 3,7	—	(60) 1,6	—	..... ROYAUME-UNI
8,0 10,7	0,2 0,2	—	—	—	—	..... SUEDE
3,4 4,3	0,1 0,1	—	—	—	—	..... SUISSE
(63) 0,1 0,5	(63) 0,0 0,3	—	—	—	—	..... ESPAGNE
2,1 2,4	(60) 0,0 0,1	—	—	—	—	..... FINLANDE

Figure 33 bis

CHAPITRE PREMIER

LES MARCHÉS SATISFAITS

Lorsque la production est massive au point de dépasser la consommation, la création de courants d'exportation obligatoires s'impose aux expéditeurs s'ils veulent éviter un engorgement du marché. Ainsi au fur et à mesure que la floriculture italienne s'est développée, elle a recherché, après 1920, des débouchés dans l'Europe Centrale. Elle prenait lentement la place d'un autre pays méditerranéen, la France, dont la consommation croissante poussait à une limitation des exportations. A la veille de la seconde guerre mondiale, les deux grandes puissances méditerranéennes avaient connu une évolution très différente. Pendant que l'Italie gagnait le débouché de l'Europe centrale et germanique, les Français, renonçant à leur vocation exportatrice née à la fin du XIX^{e} siècle, ne conservaient que quelques marchés particuliers pour des fleurs qui étaient leur spécialité, comme le mimosa ou les fleurs coupées de haute qualité. Les modifications dans la structure politique et économique de l'Europe après 1945 ont permis aux Néerlandais d'amplifier leur réseau de distribution. Ils ont été favorisés par leur position géographique au cœur de l'Europe consommatrice et par l'organisation dans les pays voisins d'un réseau de transports qui leur était favorable. Une des plus anciennes compagnies aériennes du monde, la K.L.M., disposait d'un parc d'avions capables de réaliser des livraisons quotidiennes dans toute l'Europe. Le réseau routier, malgré son insuffisance, permet d'envisager des expéditions par camions assez lointaines et rapides. Enfin la situation particulière créée par l'organisation progressive du Marché Commun oblige à lutter avec des armes nouvelles contre la concurrence méditerranéenne. De la sorte trois grands pays, qui figurent en tête du peloton des pays producteurs, ont pu tisser à travers l'Europe un réseau de distribution puissant, mais complexe.

D'autres pays dont les importations sont plus limitées disposent d'une floriculture bien équipée, comme au Danemark, ou bien figurent sur les tables des exportateurs car leur consommation intérieure est faible ; c'est la situation particulière de la péninsule ibérique. Les difficultés rencontrées dans le domaine des transports limitent la commercialisation nationale des produits et poussent à l'exportation. Les insuffisances du réseau ferré espagnol, l'intérêt des floriculteurs à vendre dans des régions à monnaie forte (Suisse, Allemagne), la faible consommation nationale qui a moins besoin que d'autres peuples des fleurs dans le cadre quotidien de la vie, tous ces éléments favorisent le débouché vers l'extérieur. D'ailleurs les régions de production sont au nord-est, en Catalogne, et les autres centres dispersés apportent peu de fleurs pour les exportations. On a déjà insisté sur le nécessaire et souhaitable désenclavement de la péninsule ibérique, et en particulier de toute la côte méditerranéenne. Il faut désormais suivre de près l'évolution de cette floriculture car l'introduction de l'avion capable de décoller sur des pistes courtes, avec plusieurs tonnes de fleurs, peut transformer les données de la floriculture espagnole et en faire une des grandes rivales du Mezzogiorno italien par exemple.

1. Un marché équilibré, le marché français

La France présente l'un des aspects les plus complets de la floriculture, et sa situation est seule comparable à celle créée aux Etats-Unis d'Amérique qui, sans être tributaires de l'étranger pour leurs approvisionnements, disposent d'un marché intérieur important, mais peuvent se permettre d'expédier des fleurs de qualité à l'étranger tout en achetant, le cas échéant, des fleurs à d'autres producteurs pour compléter leur assortiment ou profiter de périodes de prix avantageuses.

Vu de l'étranger, le marché français se résume surtout à celui de Paris. Pour les expéditeurs français, au contraire, la province est plus importante que la capitale. En raison du réseau de communications ferroviaire, routier et aérien dont il profite, Paris est en effet la principale place du commerce français pour les expéditeurs étrangers. Représentant le marché le plus important, il reçoit de préférence les fleurs néerlandaises, espagnoles ou méditerranéennes. L'essentiel des fleurs vendues à Paris provient toutefois des apports des Halles. Les autres centres de consommation sont approvisionnés par les deux principaux types d'entreprises, les exploitations de banlieue et celles du Midi. Les banlieues floricoles tiennent une place prépondérante dans la distribution, disposant d'une possibilité de vendre dans un magasin ou sur l'exploitation. Les fleuristes avertis des insuffisances de la production de banlieue, s'adressent à la Côte d'Azur et, à un moindre degré, à la vallée de la Loire qui expédie surtout vers Paris. Ils assurent ainsi l'assortiment de leur approvisionnement.

Les expéditeurs de la Côte d'Azur travaillent en effet beaucoup plus sur le marché provincial que sur Paris. En réalité, les Halles de Paris font une concurrence décisive et les commissionnaires ont encore un rôle essentiel dans l'approvisionnement des fleuristes parisiens. Ils déterminent les cours en fonction de la demande des fleuristes au détriment des producteurs azuréens, ils ne sont pas responsables des apports de fleurs, n'ayant pas adressé de commande et n'ayant pas assumé les frais du transport, à la charge de l'expéditeur.

En province, au contraire, tous les ordres d'achat effectués par les fleuristes sont fermes, et les expéditeurs ont tout avantage à satisfaire cette bonne clientèle.

Les fleuristes peuvent également s'approvisionner auprès des dépôts des expéditeurs ; ce n'est qu'une des formes du travail des entreprises de livraison, mais aussi auprès des diffuseurs par camion qui livrent dans l'ensemble de la France, selon des itinéraires fixes à une clientèle avide de profiter des avantages de prix qui lui sont offerts.

Tous les types de distribution sont utilisés en France, mais la vente dans les libres-services est lente à progresser.

Les tentatives auxquelles on a pu faire allusion prennent un lent développement ou aboutissent à un insuccès. L'obstacle pour la commercialisation des fleurs dans les magasins à succursales vient de la difficulté de conserver les produits. Les magasins hésitent devant les nombreuses manipulations de fleurs, ils ne disposent pas du personnel nécessaire et compétent, et préfèrent laisser ce soin aux entreprises d'expédition. Ensuite, les magasins hésitent devant la perte occasionnée par les fleurs invendues. Le système idéal est la réalisation par le producteur ou l'expéditeur du bouquet, tenu par une raquette en matière plastique, et enfermé dans un sachet contenant du gaz capable d'assurer une conservation supplémentaire de 5 à 15 jours. De la sorte, les fleurs sont assimilées à un produit alimentaire quelconque et n'offrent pas plus de difficultés dans la vente que les fruits ou les laitages. Les insuffisances de la technique sont encore telles que les emballages sous plastique ne sont pas satisfaisants : beaucoup de soudures de sachets crèvent, l'ambiance du magasin, trop chaude en hiver, est nuisible à la bonne présentation et à une longue conservation. Des progrès sont à faire en ce domaine et les firmes qui disposent des brevets de commercialisation sont à la recherche d'un meilleur procédé.

Une partie de l'échec des coopératives du Midi de la France est imputable à ces diffi-

cultés de commercialisation dans les magasins succursalistes. La lutte pour les prix se place en France sur différents terrains. Ainsi, les prix parisiens s'établissent par l'intervention des produits de la floriculture néerlandaise, ou des fleurs venues de l'Afrique du Sud, d'Israël ou d'Espagne. De la même façon, sur le marché de Lille les fleurs vendues à la commission sont concurrencées par les livraisons belges et surtout néerlandaises. Tout le reste du pays cependant est soumis aux expéditeurs français. Il est rare que la moitié méridionale de la France consomme des fleurs (à part les orchidées) qui ne proviennent pas de la côte méditerranéenne. L'exception mérite d'être notée, une bataille de fleurs s'est déroulée à Nice en 1964... avec des fleurs italiennes, parce que les producteurs azuréens n'étaient pas d'accord sur le prix offert par la municipalité. Ils ont retardé les apports au marché ce qui obligea à importer de San Remo quelques camions de fleurs nécessaires à la bataille. La violente réaction des floriculteurs niçois a prouvé que dans le Midi aussi, on n'est pas insensible à la lutte des prix !

Le consommateur français est un consommateur très moyen ; il se place avec un chiffre de l'ordre de quelque vingt francs par an de consommation, ce qui représente un chiffre d'affaires général de l'ordre de cent milliards d'anciens francs par an pour les produits horticoles ornementaux. Autrement dit, la valeur de la floriculture à la production qui ne doit pas dépasser vingt milliards, quintuple avant d'arriver au consommateur. Par le jeu de la commercialisation, cette augmentation est la résultante des différentes marges bénéficiaires et des dépenses relatives au réseau de distribution.

Le marché de Nice - Saint-Augustin est tout entier tourné vers la commercialisation des fleurs azuréennes en France. Une moindre part de la production azuréenne est expédiée à Paris où elle est vendue par des commissionnaires, mais les tonnages expédiés par voie ferrée montrent l'importance du marché national pour le débouché des fleurs du Midi. Les cent cinq maisons d'expéditions affiliées au Syndicat des Expéditeurs de Fleurs Naturelles d'Antibes, de Nice et du Littoral, réparties dans les Alpes-Maritimes, effectuent environ 60 % des expéditions de fleurs de la région méditerranéenne. La part restante est constituée par les expéditions à la commission et par les achats réalisés par les diffuseurs directs. Dans l'ensemble de l'année 1966 le M.I.N. de Nice a enregistré 118.230 entrées d'acheteurs, ce qui représente une moyenne de 300 entrées par jour.

Relevé général des apports de fleurs sur le M.I.N. de Nice pour 1966

Janvier	14.108	corbeilles	Juillet	5.144	corbeilles
Février	17.345	»	Août	4.624	»
Mars	17.882	»	Septembre	8.008	»
Avril	14.753	»	Octobre	17.645	»
Mai	10.300	»	Novembre	11.852	»
Juin	7.799	»	Décembre	10.771	»
			Total général	140.231	corbeilles

Trafic des marchandises expédiées par voie ferrée (*)

GARE DE DEPART	COLIS FLORAUX EN :		TOTAL
	Régime express	Régime accéléré	
Nice-Ville	1.357,5 t	1.036 t	2.393,5 t
M.I.N. Nice	2.406,9 »	935 »	3.342,5 »
Antibes	2.717,5 »	918,3 t	3.635,8 »
Autres gares des A.-M.	940,2 »	1.239,2 »	2.179,4 »
Total	7.422,1 »	4.129,1 »	11.551,2 »

(*) Renseignements communiqués par la S.N.C.F. de Nice.

Les livraisons par voie aérienne auraient tendance à s'amplifier en France, mais il y a un obstacle de taille : les principaux bénéficiaires devraient être les fleuristes parisiens. Or ils sont approvisionnés par le train à meilleur compte et dans des délais qui n'altèrent pas la qualité des fleurs.

La redistribution en province à partir de Paris est très difficile et elle ne peut alimenter un courant d'expéditions important (32). Elle pourrait, de Paris ou de Nice, profiter des réseaux d'Air Inter qui fonctionnent avec plus d'intensité en été au moment où la demande en produits horticoles est moindre. De la sorte, les fleuristes de province susceptibles d'utiliser l'avion sont ceux du bassin parisien qui peuvent compter sur une réexpédition par camions ou voie ferroviaire à partir des aéroports parisiens. Tout cela est beaucoup plus complexe que d'envisager une livraison directe par voie ferrée. Toutefois pour des fleurs de haute qualité, des commandes sont effectuées par avion. Les principales livraisons de fleurs à partir de Nice par avion sont en réalité en direction de la Scandinavie et de Düsseldorf. Il ne faut pas cependant croire que les fleurs empruntant la voie ferrée sont des produits de moins grande valeur que les fleurs utilisant l'avion. En effet, les principaux utilisateurs de l'aéroport de Nice sont des étrangers à la Côte, Italiens et même Espagnols, et non pas des expéditeurs azuréens, forts de leurs possibilités de commercialisation par le rail et la route et dont les réseaux sont en place. Bien sûr, les diffuseurs directs ne s'adressent qu'à la route, ils chargent en trois temps leur camion le long de leur itinéraire : Nice, Antibes, Ollioules.

La consommation française est très importante en tonnage suivant les périodes de l'année. Le marché français est capable d'absorber toutes les quantités de fleurs et la consommation porte en effet sur toutes les variétés et sur toutes les qualités. Les expéditions à partir du carreau niçois en octobre prouvent que des fleurs de médiocre qualité seront quand même vendues, avec bénéfice, quelque part le long d'un itinéraire de routier. Cet aspect de la commercialisation a son importance, car les crises du marché sont rares. Toutefois, les périodes de mévente sur le marché ont été fréquentes à certains moments des campagnes 1965 et 1966 ; elles ont été provoquées par une surproduction à contretemps résultant de situations météorologiques particulières. La campagne 1966-67 s'est déroulée dans des conditions plus normales. Le réseau commercial mieux adapté au fonctionnement du marché de Saint-Augustin a fait des progrès et permet désormais de mieux répartir les fleurs. Autrement dit, peu de fleurs françaises franchissent nos frontières, 5 % environ en valeur. Les produits commercialisés à l'intérieur le sont dans des qualités et des proportions variables selon les régions : il n'est pas possible de cartographier la consommation des fleurs. Telle région est sous la coupe d'un réseau de distribution par diffusion directe, telle autre sous l'influence du marché d'une agglomération où la vente à la commission est prédominante, telle autre enfin travaille surtout à la commande à des expéditeurs azuréens. De la sorte, chaque commerçant des marchés de production a son propre réseau de clients, qui n'est pas proportionnel à la consommation régionale.

La difficulté de la commercialisation française provient aussi de la trop grande dispersion financière entre un grand nombre d'entreprises. Plus d'une centaine d'expéditeurs sur la Côte d'Azur ne réalisent pas un tonnage d'expéditions supérieur à celui des cinquante expéditeurs néerlandais. L'émiettement des entreprises se traduit par la faiblesse des réseaux de distribution. L'insuffisance de la publicité, le manque de moyens de livraisons sont le lot d'une quantité de petites entreprises de distribution qui végètent au lieu de se grouper en consortium.

Le marché français est satisfait par des livraisons effectuées par des voies différentes mais qui toutes distribuent des fleurs sur l'ensemble du territoire. Il n'existe pas de zone urbaine où l'approvisionnement en fleurs ne puisse être fait par le rail ou la route. La production, à partir du Midi, éclate de telle façon que tout le territoire reçoit des fleurs car les régions de production de la vallée de la Loire et des banlieues commercialisent en réalité à peu de distance leurs fleurs.

---

(32) La redistribution, à partir de Paris, pourra s'amplifier après l'ouverture du marché de Rungis (1968).

Par l'importance de sa commercialisation intérieure et extérieure le marché français a été longtemps le premier du monde. Aujourd'hui il est réduit à une part beaucoup plus modeste par suite des progrès réalisés par les pays voisins. Les difficultés rencontrées par les professionnels français tiennent à cette concurrence mais aussi à une phase d'adaptation à des structures nouvelles. La production française ne répond plus toujours aux tendances générales de la production horticole. En effet les floriculteurs sont de plus en plus dépendants des techniques complexes et subissent la contrainte des réseaux de distribution. Le réseau français est surtout organisé à partir du Midi azuréen ; à partir de la seule région de production encore soumise aux conditions climatiques et, par suite, à de fortes variations dans la masse et la qualité des fleurs mises sur le marché. Par ailleurs, les zones de production dispersées sont trop peu importantes géographiquement, leur manque de cohésion est trop flagrant pour qu'elles parviennent à constituer une source d'approvisionnement régulier et important. De la Côte d'Azur partent les principaux courants de commercialisation en France, et par suite cette seule région est responsable du commerce intérieur et extérieur français, même si la banlieue parisienne, la vallée de la Loire et des centres floricoles dispersés peuvent lui faire concurrence à certains moments.

Bien rares sont les régions de France, en dehors du Midi, capables d'exporter une partie de leur production. Toujours en petites quantités, et pour des périodes brèves, des exportations sont faites parfois depuis la vallée de la Loire. Ainsi la Côte d'Azur supporte toute la responsabilité du commerce extérieur français. De Toulon à Menton, la production se trouve dans une position paradoxale ; elle est en butte à la concurrence des autres régions floricoles françaises, dans le cadre du marché national et, à celle des pays voisins sur les places du commerce européen où elle cherche à exporter. Aussi les difficultés qu'elle rencontre lui sont-elles propres ; elles sont difficilement comprises par les organisations professionnelles des autres régions de France et les malentendus sont fréquents. Partant de l'idée que la Côte méditerranéenne a seule des difficultés, les responsables des autres régions n'admettent pas certaines revendications. Dans toute la France, on souligne volontiers les difficultés azuréennes, on feint de mépriser sa réelle puissance en avançant les irrégularités de la qualité, affirmant que la production du Midi n'a plus l'intérêt qu'elle avait quelques années avant l'arrivée sur les circuits commerciaux des productions de la France septentrionale ; on évoque la faible rentabilité du travailleur méditerranéen, face à l'ardeur au travail des ouvriers du nord de la Loire. Tous ces arguments ont contribué à entretenir un incontestable malaise masqué par des attitudes officielles comme celles du Colloque sur la Commercialisation des Produits de l'Horticulture, tenu à Nice en septembre 1966 (33). On reproche au Midi sa position géographique excentrique, ce qui est vrai, et l'on affirme, compte tenu des progrès techniques, que le climat ne lui est pas plus favorable que dans les autres régions où l'on pratique l'horticulture sous serre.

Ces dissensions proviennent sans aucun doute d'incompréhensions régionales, de mentalités différentes, mais aussi du fait que beaucoup de producteurs français pardonnent difficilement aux azuréens les quinze années faciles de l'après-guerre pendant lesquelles ils ont vécu sans problèmes au milieu d'un enrichissement généralisé sans perspective de crise. Les difficultés étant venues, aujourd'hui, les rapports de concurrence se font plus âpres. Le bilan d'une telle situation est l'absence de cohésion devant les problèmes posés à l'intérieur et à l'extérieur (34). Les responsables adoptent suivant leurs intérêts des attitudes différentes dans les grandes villes de province, à Paris et sur la Côte.

Le marché intérieur répond finalement à toutes ces considérations de rivalités, de jalousies, d'intérêts divergents. La France est un pays charnière entre les domaines méditer-

---

(33) Ce colloque s'est tenu sous l'égide de la Fédération Nationale des Fleuristes de France, qui en a assuré le compte rendu sous le titre : VI[e] Congrès Fédéral.

(34) Cette situation a été évoquée dans la presse régionale (*Nice Matin*, 19-6-1967) et professionnelle (*Information Horticole*), à la suite d'une conférence-débat que nous avons dirigée à la Chambre d'Agriculture des Alpes-Maritimes en juin 1967.

ranéen et nordique, si elle tire avantage des serres, elle subit, en son sein, une concurrence d'un type très original. En outre, aucun pays n'a une situation intérieure faussée comme celle de la France par le marché de la capitale. Dans tous les pays d'Europe existent plusieurs marchés d'importance comparable qui s'équilibrent et rivalisent. Au Royaume Uni même, les grands marchés de l'Angleterre centrale modèrent l'ancien monopole londonien. En France, la capitale est le marché par excellence. Tout s'y vend, même en période de saturation, par un abaissement des prix ; les fleurs invendues sont peu nombreuses. L'abaissement du prix dans le système de la vente à la commission permet en cas de nécessité de toucher une clientèle plus large et à moindre pouvoir d'achat, ce qui provoque une élimination de la marchandise du carreau des Halles par l'extension du débouché. Ce système entraîne une détérioration du niveau des prix. Les producteurs de la région azuréenne ont longtemps été, et restent parfois, prisonniers de cette solution de vente. Le marché provincial a été abandonné au profit de celui de la capitale parce que les fleuristes de province achètent ferme en fonction de leurs besoins et on ne peut leur forcer la main sur un marché de gros. Seules les places de Lille, Bordeaux et Lyon peuvent, dans une certaine mesure, mais moindre, provoquer localement des situations comparables à celle créée à Paris par les commissionnaires.

Les producteurs qui expédient, à leurs frais, des fleurs à Paris subissent pendant une longue partie de l'année les cours moyens ou faibles des Halles ; ils attendent les quatre ou cinq moments de l'année où ils sont sûrs de trouver des prix élevés en période de fêtes. A ce moment toutes les places de commerce de l'Europe réclament aussi un accroissement des ventes. Beaucoup de producteurs ne recherchent pas une augmentation de leurs points de vente en France ou à l'étranger parce qu'ils attendent une bonne situation sur le marché parisien. De la sorte ils sacrifient des possibilités d'expansion régionale ou internationale, laissant à d'autres régions européennes de production le soin de satisfaire la demande. Il est évident que de telles pratiques ne renforcent pas les courants d'exportation ; les grossites importateurs des grands pays préfèrent s'adresser à San Remo ou à Aalsmeer pour trouver la marchandise nécessaire. Les Français n'ont pas compris les nécessités de conserver des traditions exportatrices et, maintenant, tandis qu'ils reprennent conscience de ce besoin, ils rencontrent la concurrence des autres producteurs fortement installés dans toute les places du commerce européen. Des habitudes d'échanges se sont créées en Europe, il sera difficiles de les modifier au profit de la France, même si certains esprits avertis en donnent les moyens (35). En France, cependant, un grand nombre d'horticulteurs ont abandonné les pratiques de la vente à la commission pour utiliser les circuits plus complexes, mais plus efficaces, de la commercialisation par les grossistes expéditeurs. La centaine d'expéditeurs installés sur la Côte d'Azur a organisé en France, et parfois jusqu'à l'étranger, un réseau complexe de lignes de redistribution, de centres de regroupement des marchandises ; des habitudes d'achats ont été liées avec des fleuristes de grandes villes. Le résultat de telles pratiques a été l'approvisionnement de plus en plus important de la province par les expéditeurs de Nice, Antibes et Ollioules, tandis que Paris demeure, dans sa plus grande part, alimenté en produits horticoles par les Halles et leurs commissionnaires et par une production de banlieue commercialisée selon différents systèmes.

Les grandes villes de province desservies par le rail, et plus encore le camion, par les expéditeurs de la Côte ou les diffuseurs directs, constituent un marché en pleine expansion, car les productions péri-urbaines sont dans l'ensemble assez modestes. Autour de Lille, Strasbourg, Bordeaux et Lyon, ne se sont pas constitués de gros ensembles de production ; quelques établissements bien équipés ont certaines spécialités, mais les deux premières agglomérations ont un hiver très froid et peu ensoleillé qui augmente les frais d'exploitation ; la dernière est trop bien située sur la route du Midi à Paris pour ne pas pouvoir profiter des expéditions en direction de la capitale.

Un dernier aspect du marché français est la récente apparition des productions étran-

---

(35) C'est, en particulier, le cas de certains responsables syndicaux azuréens.

gères. La croissance des importations compromet l'avenir de quelques productions. Longtemps, en effet, la France a eu un marché couvert dans sa quasi-totalité par la production nationale. L'accroissement de la consommation, puis la relative stagnation de la production azuréenne, les différences de prix à certains moments de l'année entre les fleurs du Midi et celles des régions septentrionales françaises, ont poussé les horticulteurs néerlandais à s'intéresser aux marchés de France et surtout à ceux de Lille, par suite de la proximité d'Aalsmeer et de Paris, en raison de son importance. Aujourd'hui les fleurs néerlandaises sont couramment commercialisées sur ces deux places au détriment des fleurs azuréennes. Les qualités marchandes des fleurs du Midi ne suffisent pas à attirer la préférence des fleuristes, sensibles aux prix avantageux offerts par les Néerlandais. La même situation, à plus petite échelle, s'est produite à Milan, aux dépens des producteurs de Ligurie, qui se sont vus concurrencés par les roses de Hollande.

Le commerce français est devenu déficitaire. S'il est équilibré pour les fleurs coupées, voire même avantageux, les bulbes sont un domaine catastrophique pour le commerce français.

Commerce extérieur français - 1966

(en millions de francs)

Espèces	Importations	Exportations
Plantes de serres	23	2
Oignons à fleurs	46	8
Fleurs coupées	14	20
Plants de Pépinières	16	7
Feuillages frais	0,6	1,3
Feuillages préparés	1,7	0,5
Total	95	35
	Déficit : 60 millions	

Répartition des exportations et des importations nationales en pourcentage du tonnage total de la C.E.E.

PAYS	Exportations						Importations					
	Fleurs coupées		Feuillages		Bulbes		Fleurs coupées		Feuillages		Bulbes	
	1960	1965	1960	1965	1960	1965	1960	1965	1960	1965	1960	1965
Allem. Fédér.	0,3	0,1	1,1	1,5	0,7	0,9	86,—	88,7	86,8	89,4	69,5	71,—
Belgique	0,05	0,1	13,2	14,—	2,8	2,4	10,5	3,7	1,5	1,3	5,9	3,8
France	15,3	9,2	16,6	19,—	1,—	1,—	2,—	5,5	1,1	2,3	15,5	14,6
Italie	55,3	48,—	18,5	21,8	0,8	1,7	0,7	1,4	3,3	3,—	5,5	5,9
Pays-Bas	29,05	42,6	50,6	43,7	94,7	94,—	0,8	0,7	7,3	4,—	3,6	4,7
Total C.E.E. (en 1.000 tonnes)	17,75	27,22	17,39	16,44	81,2	92,18	10,—	20,43	17,86	24,05	31,54	51,17

La comparaison entre les deux tableaux explique l'extrême sensibilité des Français devant les questions relatives à la bulbiculture. Tous les congrès internationaux, soit dans le

cadre de la C.E.E., soit dans celui des conférences internationales du commerce, voient les partenaires divisés en deux camps, les Néerlandais et... les autres. Les bulbes représentent un danger sur un double plan, celui du grossissement, celui des fleurs coupées. Les techniques néerlandaises de production et de vente, l'importance de leur production, font des Pays-Bas un redoutable concurrent pour tous les autres pays qui s'efforcent d'organiser une production qui échappe à leur tutelle.

Toutefois, le commerce extérieur français est déficitaire. Tandis que les deux tableaux précédents ont montré un net déséquilibre entre les importations et les exportations, beaucoup plus en valeur qu'en tonnage d'ailleurs, le commerce d'exportation français donne d'incontestables signes de faiblesse pour l'avenir de l'horticulture nationale. En effet, les pays clients de la France sont surtout ses partenaires du Marché Commun. Dans un proche avenir, la concurrence ne fera qu'aviver les difficultés du commerce français. Producteurs et commerçants français n'ont pas pour l'instant le tempérament de lutte et la volonté de conquête des marchés extérieurs ; ils sont donc assez mal placés. A l'extérieur de la Communauté les chances françaises sont intactes. La position de la France n'est cependant pas meilleure. En effet les Italiens réalisent plus de la moitié du commerce extérieur de la C.E.E. et les Néerlandais 29 % (1965) ; les Français ont certes une place meilleure que dans le commerce intra-communautaire (avec 15 %), mais ce pourcentage est nettement insuffisant si l'on tient compte qu'il ne porte que sur de petites quantités et essentiellement vers le marché britannique.

En définitive l'évolution du marché français apparente de plus en plus la France aux producteurs nordiques et l'éloigne de sa position initiale, celle d'un producteur méditerranéen. En fait, la France a commencé par être, comme la plupart des pays producteurs méditerranéens, largement exportatrice, malgré un marché national dès l'origine important. Puis, malgré un incontestable développement des productions méditerranéennes, et périurbaines, la France a connu une régression des contingents exportés. La croissance de la consommation intérieure, l'élévation du pouvoir d'achat des Français ont poussé les producteurs et les commerçants à s'intéresser essentiellement au marché national et à abandonner peu à peu le commerce européen à de nouveaux producteurs, en particulier aux Italiens, puis aux Néerlandais. De la sorte, aujourd'hui, malgré une région principale de production le long des rivages de la Méditerranée, la France s'apparente de plus en plus à des pays comme l'Allemagne Fédérale ou le Royaume-Uni. Ces derniers, tout en ayant une production intérieure forte, deviennent de plus en plus largement importateurs de fleurs à partir des régions de production néerlandaises ou italiennes et, même, font appel à des fournisseurs plus lointains. L'évolution du marché de la France semble caractériser les pays en voie d'enrichissement. Pendant que les premiers venus à la production horticole diminuent leurs exportations, de nouveaux pays les remplacent sur les marchés extérieurs ; la production étant absorbée par le marché intérieur, quelques variétés seules franchissent les frontières. En tout cas la France représente bien une situation originale, à la fois important producteur et consommateur de fleurs de plus en plus chères, d'origine parfois étrangère ; les fleurs françaises exportées ne couvrant pas, en valeur, celle des marchandises achetées à l'étranger. Le relèvement progressif de la qualité des fleurs commercialisées en Europe et, partant, l'amélioration des conditions de la production ont fait diminuer les tonnages mais augmenter les valeurs des échanges. De la sorte, les positions des producteurs méditerranéens français ne sont plus les mêmes qu'autrefois. A ce moment, la commercialisation de fleurs plus robustes, mais de moins bonne qualité était à longue distance. Ainsi, la France a traversé une incontestable crise dans son commerce avec l'étranger depuis une décennie. La floriculture s'est entièrement tournée vers un accroissement de la consommation nationale.

Les résultats d'une telle attitude sont l'acquisition à la consommation de couches sociales à moindre pouvoir d'achat qui viendront, ultérieurement, à des achats plus importants.

2. Le marché néerlandais

Poussé, par une production considérable, à trouver des débouchés étrangers, le commerce néerlandais est extrêmement particulier. Tandis que la consommation nationale est une des plus fortes d'Europe par habitant, les exportations de ce petit pays comptent parmi les plus importantes du monde. Dans le domaine de la bulbiculture, par exemple, on a souvent dit que les Néerlandais exerçaient un véritable monopole. Toutefois, les conquêtes des débouchés étrangers ne se font pas sans de lourds sacrifices qui ont pu provoquer, sinon des situations difficiles, tout au moins des limitations à l'expansion de certains producteurs.

Cependant les producteurs se sont soumis de plein gré à une sévère organisation qui leur a permis de trouver dans les pays germaniques et anglo-saxons, et à un moindre degré en Scandinavie et en France, des places de commerce capables d'absorber leurs surplus. Tandis que les Français ont un marché intérieur saturé par la production nationale et sont à la fois importateurs et exportateurs, les Néerlandais, au contraire, tout en satisfaisant une demande locale importante, livrent par-delà leurs frontières de gros tonnages de fleurs, de plantes en pots, de produits de pépinières et surtout de bulbes. Cette situation un peu paradoxale, conséquence de la surproduction menaçant d'engorger le marché intérieur, a créé depuis quelque vingt années une transformation du commerce européen, mais aussi de la production. Partout où l'on vend des fleurs il faut compter avec la concurrence néerlandaise. Les fleurs des Pays-Bas figurent sur tous les marchés, moins parce qu'elles ont été commandées, que par la volonté des expéditeurs néerlandais. Un fait lourd de conséquences dans le cadre de l'élaboration définitive du Marché Commun, pour l'ensemble des horticulteurs et des fleuristes en Europe, est la liberté accordée, en janvier 1967, aux floriculteurs néerlandais pour organiser leur production comme ils l'entendent. Devant les grandes possibilités d'expansion du marché européen de la fleur, les associations professionnelles et syndicales néerlandaises ont essayé de libérer le floriculteur de la tutelle des pouvoirs publics. L'avenir dira si le relâchement de la tutelle administrative des Néerlandais jouera en leur faveur. La liberté de culture peut être génératrice de pléthore, poussant les producteurs dans une situation comparable à celle des floriculteurs méditerranéens, à certains moments.

Petit pays au cœur de l'Europe industrielle, les Pays-Bas offrent la réussite horticole la plus remarquable. Ils la doivent à la ténacité d'une population laborieuse et consciente de l'effort à fournir en commun, mais surtout à une volonté de vaincre des obstacles techniques et économiques exceptionnels. Chefs de file des grands pays producteurs, les Pays-Bas ont mis au point depuis bientôt un demi-siècle un système de vente original et efficace.

Le marché intérieur se développe sans cesse (la consommation de fleurs *per capita* est passée de 12 florins par an en 1959 à 22 florins en 1965), mais ne peut absorber plus de la moitié d'une production à la recherche perpétuelle d'un débouché à l'étranger. Ainsi les Pays-Bas se suffisent largement ; ils ne font appel, au cœur de l'hiver, qu'à certaines fleurs (mimosa), et cela en très faibles quantités. Le marché néerlandais est donc à plus d'un titre original et, partant, passionnant à découvrir. Aucun pays au monde ne possède en effet une organisation commerciale aussi parfaite pour répondre à une production horticole de premier rang. Les Néerlandais ont réalisé un effort de méthode exceptionnel pour parvenir à la formation d'un ensemble de services cohérents et efficaces. L'application de la coopération dans tous les domaines, y compris celui de la vente, la participation de tous à la réussite de chacun, dans l'intérêt commun, la formation professionnelle obligatoire et poussée, la surveillance constante de la profession par les organismes syndicaux ou officiels toujours soucieux de développer ce secteur de l'économie néerlandaise, la possibilité, enfin, de trouver, dès le franchissement de la frontière, des marchés d'énorme capacité, tous ces éléments réunis, s'appuyant sur le volontaire tempérament néerlandais, expliquent l'ampleur prise par l'horticulture ornementale néerlandaise.

La production, variée, homogène, de bonne qualité et d'excellente renommée, assure un

approvisionnement régulier aux expéditeurs. Etroitement encadrés par leur syndicat, ces derniers, tout en se montrant jaloux de leurs prérogatives et de leurs affaires, travaillent en un effort commun pour développer leurs ventes à l'étranger, seule façon de réussir puisque le marché national est relativement stable.

L'importance économique de la floriculture va sans cesse grandissant. Les totaux des chiffres d'affaires des marchés aux fleurs aux Pays-Bas montaient à 31 millions de florins en 1955, 95 millions en 1960, 170 millions en 1964, 208 millions en 1965. Les fleurs coupées sont vendues pour 95 % aux marchés aux fleurs. Les plantes en pots, cependant, se vendent pour une grande partie aux détaillants et les jeunes plantes et les semences des établissements de multiplication ne sont jamais vendues au marché aux fleurs. La valeur de la production horticole ornementale doit être de 250 à 260 millions de florins en 1965. Ainsi l'importance économique de la floriculture est à peine inférieure à celle de la bulbiculture et nettement supérieure à celle de la culture fruitière aux Pays-Bas. Cette forte croissance est due à la fois à une augmentation de la consommation intérieure et surtout aux exportations.

Les zones horticoles, mises à part les pépinières, se groupent autour de quelques villes et principalement en Hollande, autour d'Amsterdam. Tous les marchés sont organisés suivant le système de la vente aux enchères au cadran sur le modèle des veilingen d'Aalsmeer. Les principaux marchés sont les deux marchés d'Aalsmeer (Bloemenlust et C.A.V.) totalisant un chiffre d'affaires de 87.699.000 florins sur un ensemble national de 170.164.000 florins (en 1963, respectivement, 77 et 146), puis viennent Honselersdijk, Rijnsburg, Roelofarendsveen, Beverwijk, Utrecht, Berkel en Rodenrijs, Groningen, Nijmegen, Poeldijk, Leeuwarden, Amsterdam, Tilburg, Hilversum, Boskoop, Venlo C VV, Venlo Groenteveiling et Amersfoort, soit au total dix-neuf marchés de vente.

Chiffre d'affaires des veilingen

	1963		1964		1965
	Fleurs coupées	Plantes en pots	Fleurs coupées	Plantes en pots	
	Florins	Florins	Florins	Florins	Florins
Aalsmeer Bloemenlust ..	39.176.000	—	44.244.000	—	53.800.000
Aalsmeer C.A.V.	26.425.000	11.557.000	30.085.000	13.370.000	51.900.000
Berkel & Rodenrijs	2.167.000	351.000	2.581.000	426.000	3.900.000
Beverwijk	2.297.000	142.000	3.773.000	241.000	5.900.000
Groningen	958.000	1.129.000	1.160.000	1.420.000	3.200.000
Hilversum	247.000	142.000	258.000	126.000	—
Honselersdijk	26.125.000	1.059.000	29.416.000	1.339.000	41.500.000
Leeuwarden	105.000	593.000	184.000	701.000	—
Nijmegen	105.000	1.703.000	44.000	1.952.000	2.400.000
Poeldijk	1.233.000	15.000	1.188.000	11.000	—
Roelofarendsveen	5.632.000	—	7.005.000	—	8.600.000
Rijnsburg-Flora	20.108.000	—	24.243.000	—	29.100.000
Utrecht	1.700.000	1.602.000	1.888.000	1.798.000	4.300.000
Autres veilingen	1.322.000	462.000	2.009.000	702.000	—
	127.600.000	18.755.000	148.078.000	22.086.000	

Le marché d'Aalsmeer est composé de deux coopératives de vente : la Coopérative Veilingvereniging Bloemenlust et la Centrale Aalsmeerse Veiling (C.A.V.). La totalité des horti-

culteurs de la région commercialise ses fleurs à l'une des deux centrales de vente. Une fois affilié à une Coopérative, le producteur est obligé par contrat de lui livrer toute sa production. Par exemple, Bloemenlust est approvisionnée par 900 horticulteurs. Seuls les "Handelskwekers" (horticulteurs-commerçants) échappent à la règle. Par ailleurs les exportateurs chefs d'exploitation ne sont pas tenus non plus de faire passer leurs fleurs par les halls de vente. Aucun marché au monde, même celui de Nice, n'est mieux organisé ni plus fonctionnel que le groupe de bâtiments de la C.A.V. ou ceux de Bloemenlust.

Entourée de serres surmontées de hautes cheminées, la coopérative Bloemenlust est située au cœur du Polder horticole d'Aalsmeer-Oost. Bordée par un canal, elle comprend deux grands bâtiments perpendiculaires de briques ocres abritant les trois halls de vente. Par son chiffre d'affaires uniquement réservé aux fleurs coupées, c'est le premier marché des Pays-Bas (53.847.000 florins en 1965). La C.A.V., en plein centre d'Aalsmeer, étale ses trois grands bâtiments en façade le long du Van Cleef Kade. Plus spacieuse que Bloemenlust, la superficie abritée est de 18.500 m². Cent trente-cinq employés s'y affairent pour vendre 1.500 à 4.000 lots de fleurs coupées et 3.500 à 7.000 lots de plantes en pots chaque jour. Le débit horaire des ventes par horloge est de 300 environ pour les fleurs coupées et de 400 environ pour les plantes en pots. Cinq tribunes et horloges peuvent fonctionner simultanément. Elles ont permis de réaliser un chiffre d'affaires de 51.958.000 florins en 1965.

Dans les deux criées l'ambiance est très différente de celle rencontrée sur les marchés méditerranéens : aucune animation, un silence de cathédrale seulement troublé par le passage des chariots à travers les halls de stockage ou la voix monocorde du chef de vente. Dans les gradins occupés par les acheteurs, peu de discussions ; l'attention est fixée sur l'aiguille en perpétuel déplacement. Un claquement du doigt appelle les jeunes livreurs de café au lait : c'est ici le seul luxe que l'on s'offre avec le gros cigare dont on conserve souvent la boîte sous le bras. La voix du crieur résonne dans un calme recueilli. La vente terminée le personnel des différents services trouve à sa disposition des cantines ou restaurants, des vestiaires, des cabines téléphoniques nombreuses, des salles de réunions, sans compter les innombrables bureaux où s'affaire toute une foule de secrétaires. Les gros expéditeurs disposent d'entrepôts particuliers où ils réalisent toute la manutention. Une banque enfin rend l'énorme service de s'occuper de toutes les opérations financières : en quelques heures, chaque jour, des millions de florins passent des comptes des expéditeurs à ceux des producteurs.

Ainsi fonctionne, à la satisfaction de tous, un système de vente dont on connaît déjà le principe et les avantages.

La progression des ventes à la C.A.V. est régulière, mais témoigne d'un taux plus rapide que dans les années cinquante.

	1964		1965	
	unités	prix en florins/unités		prix
Œillets américains ...	54.432.000	7.976.862,60	62.873.835	9.077.919,30
Freesia	2.487.512	2.598.279,02	3.190.032	2.758.739,31
Rose Baccara	27.786.980	10.585.340,—	32.816.090	13.397.676,—
Carol	27.752.580	3.531.901,—	37.505.645	5.559.151,—
Dursley	14.360.535	2.105.164,—	11.779.800	1.885.455,—
Super Star	7.988.990	2.546.011,—	10.493.260	3.305.104,—
Total des ventes C.A.V.		44.243.665,21		53.847.280,33 fl (*)
(rappel 1962)		34.570.318,92		

(*) Accroissement de 21,71 % en un an.

Le chiffre d'affaires des deux veilings réunis connaît une progression dont les paliers marquent les vicissitudes de la floriculture hollandaise :

1912	191.080
1930	6.774.710
1940	5.191.958
1945	19.724.010
1950	20.889,406
1963	77.000.000
1964	87.698.000
1965	105.805.280

Le chiffre d'affaires des criées aux fleurs néerlandaises, en 1965, a atteint un total de 208.544.000 florins, et celui des deux criées d'Aalsmeer 106.000.000 florins. Les exportations néerlandaises de fleurs coupées et de plantes ornementales s'élèvent à 163.200.000 florins. La consommation intérieure, dont le montant comprend les achats de bulbes non indiqués ici, atteint en 1965 258.000.000 florins, soit une dépense par personne de 22 florins. Les ventes à l'étranger de bulbes se sont élevées à 325.659.000 florins en 1965 ; cela prouve que l'horticulture ornementale (fleurs coupées et plantes en pots) ne représente que la moitié des exportations de bulbes des Pays-Bas. Il n'en demeure pas moins que ce chiffre est extrêmement élevé. Les Pays-Bas ont exporté pour 141,7 millions de dollars américains de produits horticoles non comestibles quand leurs suivants immédiats, les Italiens, n'atteignaient que 30,3 millions de dollars et les Français 5,8 millions (35 bis) !

Les exportations se font essentiellement par avion à partir de l'aéroport international de Schiphol-Amsterdam qui, à lui seul, réalise 90 % en valeur et 48 % en poids (1963) des exportations vers 63 pays. Le seul centre d'Aalsmeer a fourni cette année-là 73 des 110 millions de florins représentant la valeur des exportations néerlandaises. Le reste des exportations, parce que plus lourd et de moindre valeur, emprunte la voie ferrée, surtout au départ de la Gare Centrale d'Amsterdam.

La situation du commerce néerlandais a pu paraître un moment compromise par l'élan de ses concurrents. Tout de suite les autorités responsables ont porté leur effort entre 1963 et 1965 sur le développement des débouchés étrangers. Le résultat a été brillant, non sans peine. Devant les difficultés intérieures nées de la rareté des capitaux disponibles, et pour faire face à la concurrence étrangère, les Néerlandais ont entrepris de vastes campagnes publicitaires ou ont prospecté de nouveaux marchés. En effet, sur le plan intérieur, le capital investi a rapidement augmenté, et les producteurs néerlandais ont fait un appel croissant aux emprunts. Le L.E.I. de La Haye, à la suite d'une série d'enquêtes auprès des différentes exploitations horticoles dispersées sur le territoire, a averti les producteurs des dangers d'un recours trop fréquent à l'emprunt. Les organismes officiels, par la suite, alarmés par cette situation, ont ralenti les prêts, ce qui a entraîné pour les producteurs une situation délicate. Entre 1959 et 1965 le capital investi a doublé, et si cette augmentation a été due en partie à l'inflation, le développement et la modernisation des exploitations en sont les principales causes. La plupart des investissements ont été réalisés par des prêts bancaires qui ont quadruplé en six ans. Aussi le L.E.I. a-t-il recommandé aux horticulteurs de songer à rembourser les sommes empruntées. Seules, en réalité, les plus grosses entreprises ou les exploitations les plus rentables sont actuellement à même de répondre à un tel désir. L'ensemble des entreprises qui est moins bien géré est donc dans une situation délicate.

Aussi les associations néerlandaises de producteurs et de commerçants se sont-elles efforcées d'amplifier les ventes à l'étranger. Dans ce domaine la situation n'est pas toujours favorable, et certains marchés, comme le britannique, échappent progressivement à l'approvisionnement néerlandais. En Allemagne Fédérale les progrès de la vente des fleurs italiennes ne cessent d'être une cause de soucis pour les producteurs néerlandais. Aussi la prospection

---

(35 *bis*) Réf. A.I.P.H. 1964.

a-t-elle porté sur des marchés plus lointains qui n'entretiennent pas jusqu'ici un gros échange avec les Pays-Bas. Les pays danubiens d'une part, l'Europe orientale ensuite, le continent nord-américain enfin ont été les nouvelles régions qui ont reçu l'effort commercial des Néerlandais. Dans un même temps, des méthodes nouvelles de vente, comme la livraison à des magasins d'alimentation de bouquets préparés et vendus dans des vitrines réfrigérantes ont été utilisées dans le Bénélux et en France, d'autres tentatives ayant été effectuées en Autriche. Puis, les Néerlandais ont vivement développé les campagnes publicitaires dans des pays, clients attitrés, où la concurrence est vive, c'est-à-dire en Allemagne Fédérale et au Royaume-Uni. Toutes ces indications prouvent que les Néerlandais ont une vitalité et un dynamisme incomparables et qu'ils savent s'adapter aux situations les plus délicates. Ils le font avec d'autant plus d'ardeur qu'ils sont avertis par la prochaine ouverture des frontières, à l'intérieur de l'Europe des Six, de l'accroissement de la concurrence méditerranéenne, italienne et française.

Voici, à titre d'exemple, l'action entreprise pour la conquête de la clientèle nord-américaine :

La publicité néerlandaise "impersonnelle" a été réalisée par le "Commissie onpersoonlijke Reclame" (C.O.R.) et le "Central Blomenbollen Comite". Deux affiches différentes ont été réalisées et distribuées aux fleuristes et à d'autres points de vente de fleurs issues de bulbes. Dans certaines localités, ces affiches ont également été placardées dans les autobus ou dans d'autres lieux fréquentés par le public. Douze mille affiches représentant un arrangement de tulipes, narcisses, et d'iris, ont été mises à la disposition de la "Florists Telegraph Delivery Association" ; six mille autres ont été adressées indirectement à l'organisation de "l'Allied Florists" pour être distribuées à ses membres. Un dossier a été constitué rassemblant des articles spécialement écrits sur les fleurs issues de bulbes, des photos et du matériel radiophonique, afin de permettre aux fleuristes membres de "l'Allied Florists" de faire de la publicité dans les journaux locaux et des émissions radio et télévision pour la propagande en vue de développer la vente des fleurs issues de bulbes.

Afin de permettre aux membres de "l'Allied Florists" de faire une propagande profitable, une partie des frais de publicité leur a été avancée et les clichés couleur ont gratuitement été mis à leur disposition. Les organisations suivantes ont utilisé la publicité collective : "Allied Florists" de Minneapolis, Seattle et Toledo. Le Service des Relations Publiques de la C.O.R. a proposé des clichés à un grand nombre de quotidiens américains. Les réactions ont été positives puisque 33 journaux ont publié des articles illustrés sur les fleurs issues de bulbes. D'autre part, un certain nombre de revues périodiques à grand tirage ont également publié des articles sur les fleurs à bulbes et leur utilisation dans les jardins ; cela a été le cas par exemple de *American Home, Better Homes and Gardens, Horticulture, Flower grower, Popular Gardening* et *The Farmer*. En même temps, quelques articles ont été publiés par le canal de la *Central Press Association* et *Associated Press*. Les revues professionnelles les plus importantes : *Florist Revue* et *The Exchange* se sont beaucoup intéressées à de tels articles.

Un des faits les plus marquants du programme de *Florist* a été le voyage aux Etats-Unis d'un décorateur-fleuriste, chargé de faire des démonstrations sur l'utilisation et l'arrangement des fleurs issues de bulbes. Les démonstrations ont eu lieu dans les villes suivantes : Buffalo, Washington, Indianapolis, Minneapolis et Chicago. Par ailleurs, la F.T.D. (*Florists Telegraph Delivery*) a accepté d'insérer dans son catalogue 1965 un arrangement décoratif de fleurs de printemps représentant des tulipes rouges, des narcisses jaunes et des iris bleus. Des clichés de cet arrangement ont été mis à la disposition des exportateurs néerlandais au cours des mois de février, mars et avril 1965.

Un des objectifs essentiels de la campagne a été réalisé par la publicité dans la presse quotidienne et périodique. Trois annonces différentes concernant respectivement les jacinthes, narcisses et tulipes ont été insérées dans quarante-six quotidiens.

Depuis 1963, les revendeurs de fleurs issues de bulbes ont la possibilité de faire des insertions dans les revues périodiques ou de faire passer de la publicité par la Radio ou la

Télévision. Sous certaines conditions, le Central Bloemenbollen Comite prend en charge la moitié des frais de publicité jusqu'à concurrence de 5 % à 7 % maximum de la valeur des importations de bulbes.

En même temps la brochure *Your Garden next spring* a été proposée aux revendeurs de bulbes pour leur permettre de mener une campagne par correspondance « Direct Mail Campagne », dans le cadre du programme de publicité coopérative. La Commission pour la propagande impersonnelle entretient un service cinématographique à New York qui permet aux détaillants de projeter des films pendant la saison de vente. Parmi les 16 millimètres réalisés figurent "The Promis of Spring" ; "The miracle of the Bulb", "The magic carpet of Tulipland", "A gift from Dirk".

A côté du programme de publicité collective, les détaillants ont pu louer des clichés, soit auprès des exportateurs, soit directement au bureau de New York. *Un annuaire pratique de publicité* a été réalisé et adressé à tous les détaillants ayant participé au programme de publicité. « Better homes and gardens » (tirage : 6.500.000 exemplaires) a régulièrement publié des articles sur les bulbes à fleurs.

Des enregistrements pour des émissions télévisées sur les oignons à fleurs ont été adressés à un grand nombre de stations de télévision américaines. Environ une dizaine d'entre elles ont utilisé ce matériel et des millions de téléspectateurs ont suivi les émissions. Le service des relations publiques de la C.O.R. a établi un programme radiophonique spécial : "Gardening without tears". Cette émission est passée sur 500 stations américaines, une fois par semaine pendant les mois de septembre à décembre 1964.

Le commerce néerlandais reste ainsi très actif. Au cours des huit premiers mois de 1966, la valeur des exportations des coopératives néerlandaises de vente aux enchères de fleurs coupées et plantes en pots s'est accrue de 17 % par rapport à la même période en 1965.

Dans le même intervalle, les exportations sur l'Allemagne Fédérale sont passées de 106 millions de florins du 1er janvier au 21 août 1965 à 127 millions de florins du 1er janvier au 1er août 1966 ; le chiffre d'affaires global des veilingen néerlandaises est passé de 56 millions de florins (76 millions de francs) en 1955 à 211,5 millions de florins (287 millions de francs) en 1966.

Etant donné que 70 % environ de la production florale sont vendus par l'intermédiaire des veilingen, la valeur de cette production peut être estimée à 300 millions de florins pour 1965 (408 millions de francs). Ceci montre l'importance économique de la culture florale aux Pays-Bas ; elle est à peu près égale à celle des oignons à fleurs et supérieure à celle des fruits.

Cette expansion est due non seulement à l'accroissement des ventes de fleurs sur le marché intérieur mais aussi à l'augmentation des exportations.

En 1965, les exportations de fleurs coupées ont atteint 138,5 millions de florins, celles de plantes en pots 24,5 millions. L'ensemble les exportations a atteint une valeur globale de 163 millions de florins. Le principal acheteur est la République Fédérale d'Allemagne avec près de 70 % des achats.

Les exportations de plantes en pots qui se composent en grande partie de jeunes plantes sont également très importantes à destination de l'Allemagne Fédérale (13,9 millions de florins). Parmi les autres pays, ont acheté pour plus d'un million de florins : la France, la Belgique, la Grande-Bretagne, la Suisse, la Suède. De plus, des exportations ont été effectuées pour une valeur inférieure à 1 million de florins à destination de soixante-dix pays.

Selon les renseignements fournis par la Chambre de Productivité de Plantes d'Ornement de La Haye, la valeur de l'exportation néerlandaise de plantes d'ornement s'est élevée, en 1964, à 504,7 millions de florins, soit une augmentation de plus de 16,5 % par rapport à 1963. L'accroissement le plus marqué s'est produit dans l'exportation de jeunes arbres pour la transplantation (+ 27 %). Pour les autres secteurs ces pourcentages s'établissent comme suit : oignons à fleurs 15,5 % ; fleurs 15,5 % également et plantes 11 %.

Les chiffres des trois dernières années se présentent conformément au tableau ci-après : (1 florin = 1,36 F).

Exportation de :	(*En millions de florins*)		
	1962	1963	1964
Oignons à fleurs	274,3	271,9	314,1
Fleurs	82,3	92,7	107,0
Plantes	16,3	19,1	21,3
Jeunes arbres	46,7	49,1	62,3
	419,6	432,8	504,7

Les clients les plus importants étaient, en 1964 :

— République Fédérale Allemande	190,9	millions	de	florins
— Grande-Bretagne	71,6	»	»	»
— Suède	53,5	»	»	»
— Etats-Unis	41,6	»	»	»
— France	37,4	»	»	»
— Suisse	20,4	»	»	»
— Italie	15,9	»	»	»
— Belgique / Luxembourg	14,0	»	»	»
— Finlande	13,6	»	»	»
— Canada	8,8	»	»	»
— Autriche	7,4	»	»	»
— Norvège	7,0	»	»	»
— Danemark	6,8	»	»	»

(Renseignements communiqués par le Conseiller commercial près l'Ambassade de France aux Pays-Bas.)

Les fleurs coupées sont distribuées dans soixante-trois pays, les plantes fleuries dans quatre-vingt-dix. Les produits de pépinières ornementales ont accompli le bond le plus spectaculaire : 34 % en trois ans : 62.346.490 florins contre 41.910.233 en 1961.

En 1965 la floriculture a réalisé aux exportations un chiffre d'affaires en augmentation de 31 % sur 1964. Sa valeur passe de 107 millions de florins à 138,7 ; les bulbes ont une progression plus modeste après le "boom" de 1964 : 325,659 millions de florins.

Exportations 1965

PAYS	Fleurs coupées	Plantes
	florins	florins
1. Allemagne occidentale	94.660.000,—	13.969.000,—
2. Suisse	9.078.000,—	1.173.000,—
3. France	8.403.000,—	1.860.000,—
4. Suède	8.325.000,—	1.620.000,—
5. Angleterre	4.279.000,—	1.287.000,—
6. Belgique / Luxembourg	4.071.000,—	1.626.000,—
7. Autriche	3.895.000,—	—
8. Italie	2.929.000,—	918.000,—
9. Finlande	1.437.000,—	
10. Norvège	842.000,—	
Total	138.700.000,—	24.500.000,—

Le bilan du commerce horticole néerlandais reste très favorable.

EXPORTATIONS	1957		1960		1963		1964	
	Tonnes	1.000 fl.	Tonnes	1.000 fl.	Tonnes	1.000 fl.	Tonnes	1.000 fl.
Bulbes	65.563	198.514	76.937	258.016	67.270	274.771	77.317	320.653
Production de la floriculture	7.045	51.166	17.901	68.007	20.773	111.776	19.209	128.269
Produits de pépinières	15.068	29.049	19.475	38.024	19.555	50.373	23.442	64.030

IMPORTATIONS	1957		1960		1963		1964	
	Tonnes	1.000 fl.	Tonnes	1.000 fl.	Tonnes	1.000 fl.	Tonnes	1.000 fl.
Bulbes	953	3.060	1.137	3.718			1.993	7.331
Produits de floriculture	2.063	3.023	3.331	4.822			4.646	8.765
Produits de pépinières	787	1.581	386	1.618			1.241	4.063

Compte tenu de la production néerlandaise le commerce horticole, dans son ensemble, est très avantageux pour les Pays-Bas. Les importations de bulbes sont très faibles, la concurrence nulle, et 93,9 % du commerce européen des bulbes sont d'origine néerlandaise. Les ventes de bulbes à l'étranger ont rapporté 313 millions de florins en 1964 contre 195 seulement en 1957. Toutefois l'extension des surfaces semble subir un ralentissement capable de compromettre à l'avenir le rythme d'expansion ; il est vrai que le marché européen a largement profité aux Néerlandais.

Les fleurs coupées demeurent également un secteur très encourageant du commerce ; les importations sont réduites, l'essentiel provient de Belgique pour les plantes fleuries, d'Italie et de France pour les fleurs coupées (respectivement 38,5 % et 21,1 %), du Royaume Uni pour les fleurettes (15 %). Les fleurs ont rapporté 120 millions de florins en 1964, soit près de trois fois la somme de 1957 (48). Le développement des cultures sous serre, l'expansion du marché européen de la fleur coupée sont des facteurs positifs en faveur des Néerlandais.

Enfin, les centres de pépinières, sans toutefois connaître un essor aussi spectaculaire, subissent également un accroissement de leurs ventes à l'étranger, même si les achats restent importants.

Tableau des exportations des produits de pépinières en valeur (1.000 florins) de 1960 et 1964 et principaux pays destinataires

	1960	1964
TOTAL	38.024	64.030
Plants fruitiers et porte-greffe	894	1.220
Plants de rosiers	7.721	13.406
Plantes vivaces		3.387
Autres produits de pépinières	29.409	46.017
Vers les pays de la C.E.E.	12.988	24.772
dont l'Allemagne	8.357	15.408
la France	1.355	4.224
l'U.E.B.L.	2.326	3.310
Vers les autres pays	25.036	39.258
dont le Royaume-Uni	10.215	17.429
la Suède	3.767	7.197

Les rosiers ont donné lieu à quatre millions de florins d'achats, en Belgique surtout, en 1964, mais les ventes dans les pays allemands et en France sont massives ; le bilan est positif (55 millions de florins en 1964), soit le double de 1957. Mais l'expansion, comme pour la bulbiculture, risque d'être entravée par la rareté des surfaces à consacrer à de telles cultures. Les sols très favorables deviennent de plus en plus difficiles à créer.

Les Néerlandais restent toutefois pour l'ensemble de l'horticulture ornementale de larges exportateurs ; voici à titre d'exemple un tableau comparatif de la production et des exportations qui indique, par différence, l'importance de la consommation intérieure :

Apports aux Veilingen	1958	1960	1963	1964	1965
Production de la floriculture	78.059	95.030	146.553	170.164	211.664
dont fleurs coupées	67.518	82.218	127.799	148.081	186.405
dont plantes en pots	10.542	12.812	18.754	22.083	25.259
Exportations					
Production de la floriculture	57.814	68.007	111.600	128.323	163.266 (77,1 %)
dont fleurs coupées	47.037	54.686	92.665	106.990	138.721 (74,4 %)
dont plantes en pots	10.777	13.321	18.935	21.271	24.565 (97,3 %)

Les Néerlandais consomment 22,9 % de leur production, soit 25,6 % de leurs fleurs coupées et 2,7 % seulement des plantes en pots.

Par leur commerce extérieur, les Pays-Bas, petit état, restent le premier pays horticole d'Europe. Cette situation n'est maintenue que par un effort constant de tous les responsables de l'horticulture néerlandaise. Depuis les petites exploitations familiales conscientes de leur force et de leur discipline jusqu'aux grandes entreprises d'expéditions vers l'étranger, en passant par tous les organismes professionnels responsables de la propagande et de la recherche de débouchés, on assiste à une volonté de réussite qui est admirable.

Dans d'autres régions d'Europe, si l'on avait un tel désir de triompher des difficultés matérielles et le souci de conquête des débouchés extérieurs comme en donnent l'exemple les Néerlandais, on assisterait à un essor sans précédent des productions. Pour l'instant, les Italiens, dans une bien moindre mesure, semblent exprimer ce besoin d'expansion de leur commerce extérieur. La plupart des autres grandes nations consommatrices se satisfont des circuits établis et ne cherchent pas à modifier une situation qui semble leur convenir.

3. Le marché italien

Le marché italien reste très particulier, dominé par le désir des producteurs de s'adapter à une demande extérieure toujours très importante mais soucieux de ne pas négliger l'essor d'une consommation intérieure. Les préoccupations d'un grand nombre de commerçants se tournent toujours vers les pays de la C.E.E. et les pays scandinaves, et l'Italie, de très loin le premier exportateur de fleurs méditerranéen, premier producteur mondial de fleurs coupées, tient donc une des principales places dans le commerce mondial. Le marché intérieur est déterminé par l'offre réalisée dans les principales agglomérations.

Deux types de marchés aux fleurs se partagent la distribution en Italie ; les cinq marchés de production de Pescia, Viareggio, San Remo, Vintimille et Vallecrosia, les deux

derniers fonctionnent en alternance saisonnière ; d'autre part les marchés de consommation dont les principaux sont ceux de Rome, Turin et Milan. Rome est directement approvisionné par une floriculture locale et par des expéditions de Sardaigne et de Toscane ; les deux métropole de la plaine du Pô ont une floriculture péri-urbaine composée de quelques exploitations, mais l'essentiel provient de San Remo et Pescia.

Le marché intérieur italien continue d'absorber une partie des fleurs que les exportateurs refusent parce qu'ils les considèrent comme de second choix. Les Italiens par ailleurs aiment volontiers les fleurs très colorées ou de teinte inhabituelle, et n'hésitent pas devant l'achat d'œillets ou d'arums bleus provenant du trempage dans des solutions chimiques d'œillets blancs invendus, ils apprécient également les fleurs aux odeurs violentes (tubéreuses). Comme le marché français, celui d'Italie est presque entièrement satisfait par la production nationale. Les importations ne concernent que les plantes en pots ou des fleurs complémentaires ou rares. Tout le commerce est ainsi dominé par l'acheminement des fleurs sur les marchés étrangers. Rares sont les périodes de pénurie où les grossistes sacrifient leurs ventes à l'étranger au profit des demandes locales. A l'occasion de quelques fêtes dans l'année et au moment où la demande extérieure est plus faible, la tendance nationale peut ainsi l'emporter. Parfois les conditions climatiques rendent l'acheminement des fleurs aléatoire à grande distance, alors les expéditeurs se tournent de préférence vers la clientèle romaine, milanaise ou turinoise. L'augmentation du nombre de fleuristes détaillants en Italie, passé de 3.000 à 10.000 entre 1950 et 1960, prouve les progrès de la consommation intérieure.

Le marché italien est, en principe, le plus puissant du monde. La production d'une part, les exportations de l'autre, en font ainsi le producteur le plus important et la puissance floricole la plus complète d'Europe, et par là même du monde. En effet, plus que les Pays-Bas, l'Italie cultive toutes les espèces ornementales sur des échelles plus vastes et dans une plus grande variété. Avec une production horticole estimée en 1966 à 82 milliards de lires, l'Italie se place sur le même rang que les Pays-Bas (36). Ainsi, possesseurs, grâce aux stations de recherches qui en ont recommandé la culture, de tous les produits horticoles ornementaux, les Italiens offrent à la clientèle européenne toutes les fleurs coupées, les plantes en pots, vertes et fleuries, les plantes molles, les arbustes ornementaux. Des entreprises bien organisées réparties dans la périphérie des villes, des exploitations bien situées dans les zones climatiques privilégiées profitent des possibilités de culture en plein air ; les grands arbres d'ornement trouvent à Pistoia une situation exceptionnellement favorable. De la sorte l'expansion de la floriculture dans le Midi, l'intensification de la production de la Ligurie et la Toscane d'autre part préparent les Italiens à devenir les plus importants floriculteurs du monde. Certes sur les marchés étrangers la concurrence est très vive, en valeur et en poids, avec les Néerlandais qui disposent de la proximité des centres de consommation les plus importants d'Europe Occidentale. Il ne faut pas méconnaître la force des courants d'exportations italiens qui placent les fleurs de la Ligurie en position avantagée une grande partie de l'année. Le marché suisse, le marché allemand ne peuvent s'équilibrer sans les apports massifs de l'Italie. Les fleurs, parfaitement cultivées pour répondre aux habitudes d'achat des Germaniques, sont d'autant plus appréciées qu'elles ne sont pas celles produites dans l'Europe septentrionale. Les œillets américains sont souvent délaissés au profit de variétés hybrides.

En Ligurie les plantations d'œillets donnent des fleurs beaucoup plus résistantes. Le travail des obtenteurs a été si poussé que la plupart des fleurs commercialisées sont capables de supporter sans grand dommage un long transport entrecoupé de quelques manutentions. Les fleurs italiennes disposent également de l'avantage de la masse car elles sont toujours susceptibles de satisfaire la demande. Les importateurs allemands profitent parfois de l'abondance des apports à San Remo pour obtenir des prix plus faibles, les fleurs néerlandaises

---

(36) Il est très difficile de calculer la valeur de la production nationale italienne. Les estimations sont très variables, selon les sources auxquelles on s'adresse.

âprement défendues par les exportateurs d'Aalsmeer leur reviennent en effet à des prix très élevés. De la sorte le marché d'exportation italien est, sinon le premier, en tout cas un des premiers du monde.

Le marché intérieur, lui aussi, devient important. Longtemps, en effet, toute la production a été dirigée vers les centres de consommation étrangers. Depuis une vingtaine d'années il existe une progression incontestable de la consommation intérieure dans les villes italiennes. Même dans des bourgades peu importantes et à fort environnement rural, des habitudes de consommation se sont créées, pour l'instant satisfaites par les jardins environnants, le commerce intérieur est faible. Quelques grandes villes, en effet, grâce à un réseau de redistribution très important, à un nombre de magasins de fleuristes croissant, réalisent l'essentiel de la consommation intérieure. Le marché italien est devenu très complet en alliant un courant d'exportation puissant et varié à une consommation intérieure en accroissement sensible.

La propagande a porté sur la conquête d'une clientèle plus vaste depuis quelques années ; elle a incontestablement touché un grand nombre d'acheteurs occasionnels. L'essentiel de la demande provient encore des grandes villes où l'amélioration générale des conditions d'existence, la nécessité de la décoration florale dans beaucoup de centres touristiques, l'entretien nécessaire d'un très grand nombre de parcs et jardins dans l'ensemble du territoire, ont poussé à un développement de la consommation de produits ornementaux, en particulier des plantes fleuries et des arbustes. Tandis que les fleurs coupées sont surtout dirigées vers les grandes agglomérations du Nord et Rome, les produits lourds, plantes et arbres sont essentiellement consommés dans les centres touristiques. Cependant la multiplication de ces centres dans toute la péninsule a obligé à un éclatement de la production qui souvent s'installe autour des villes. Naples et Palerme suscitent ainsi des vocations horticoles chez des producteurs maraîchers. Les autres villes sont déjà à proximité d'un centre de production. Seuls les grands centres urbains de la plaine du Pô attendent, pour l'essentiel, un approvisionnement venu de la Ligurie et de la Toscane. Les marchés italiens se sont ainsi adaptés pour répondre à la fois aux besoins de la consommation intérieure et aux nécessités des exportations.

Les deux marchés traditionnels de la Ligurie, ceux de San Remo et de Vintimille ont été les premiers à créer, à partir des centres de regroupement et d'expéditions des fleurs, des courants d'exportation vers les pays de l'Europe centrale et nordique. Le centre de Pescia par la suite a développé, depuis vingt ans, un courant exportateur non négligeable en été. La division des tâches s'est rapidement effectuée. Dans un premier temps les producteurs toscans et latins, au centre de deux ensembles de production, ont visé à la satisfaction de la consommation intérieure, souvent même locale. Le centre de Rome absorbe l'ensemble de la production des Châteaux Romains et de Santa Marinella ; il reçoit, en outre, du sud du Latium une production croissante de fleurs coupées. Les réexpéditions à partir de Rome sont donc exceptionnelles et les courants d'approvisionnement se renforcent, en provenance surtout de Sardaigne. Le marché romain pourra devenir un centre de distribution dans la mesure où il sera convenablement et régulièrement alimenté. Il dispose en effet du grand avantage de l'escale aérienne internationale. Les avions de tous les pays pourront faire profiter Rome, avant Nice, de la capacité d'absorption de leurs cales.

Pour l'instant 500 producteurs locaux alimentent le commerce pour 350 fleuristes et 600 détaillants ambulants. Une quarantaine de grossistes pratique également des achats à Pescia et San Remo et, éventuellement, réexpédie quelques fleurs ou feuillages. Le chiffre d'affaires annuel est de l'ordre de 4 milliards de lires en moyenne.

Le centre de Pescia, appuyé par celui de Viareggio concentre, à l'heure actuelle, les possibilités de livraison dans le centre et même le sud de l'Italie. Les grossistes-expéditeurs fréquentant ces marchés ont une clientèle régionale très importante dans le Centre et le Sud, même si une partie des expéditions est effectuée vers le Nord. Les exportations sont en principe surtout estivales, au moment où la Ligurie ne produit plus de fleurs, ou très peu, les Allemands sont alors gros acheteurs à Pescia. On a cependant déjà souligné les difficultés que

rencontrent les livraisons à grande distance en été ; dépréciation de la marchandise en raison des températures élevées, difficulté de circulation automobile pour les livraisons à grande distance en raison de la surcharge du réseau par les véhicules de tourisme. Le recours à des expéditions par avion reste exceptionnel. Ainsi Pescia a étendu le calendrier de sa production, couvre aujourd'hui l'année entière alors que vers 1960 sa production était essentiellement concentrée de mai à septembre. De la sorte la Toscane affirme sa vocation de producteur national dans la mesure où elle peut livrer des fleurs en Italie dans des conditions plus avantageuses que la Ligurie qui ne dispose pas encore du désenclavement autoroutier complet. En 1965, 8 % de la valeur commercialisée a eu lieu dans les mois qui en 1958 n'avaient enregistré aucun apport.

En fin de compte, c'est bien de la Ligurie que partent les courants d'exportation les plus importants. Le marché italien consomme de plus en plus de fleurs, mais les exportations restent une nécessité. L'évolution rapide de la floriculture italienne, la couverture des cultures par le verre ou le film de matière plastique, permettent d'avoir une production plus régulière, plus continue, les variations de prix sont de plus en plus réduites à l'avantage des possibilités d'exportation.

Plus encore que les marchés français et néerlandais, le marché italien est saturé par la production intérieure. Les expéditeurs étrangers rencontrent d'énormes difficultés pour établir des courants commerciaux vers Milan et Rome. Ainsi les Néerlandais, gros producteurs cependant, doivent, au cœur de l'hiver, acheter des fleurs aux Français et aux Italiens ; ils ne disposent pas de quelques espèces coûteuses à produire sous climat brumeux. Leurs frontières sont donc franchies par des expéditions qui viennent satisfaire une demande importante en hiver. Au contraire les Italiens toute l'année couvrent largement leurs besoins. On a cité des exemples de pénétration par les roses hollandaises du marché de Milan ; cela reste exceptionnel et n'a pas l'importance par exemple des ventes de roses hollandaises à Paris. Le marché intérieur italien est très différent du marché français. Les importations étant très faibles, il est très délicat de suivre les courants de vente à l'intérieur du territoire puisque chaque fleuriste dispose de moyens variés pour s'approvisionner. Comment saisir la consommation d'une grande ville dont les fleuristes se rendent directement sur un marché de production pour réaliser l'assortiment dont ils ont besoin ? Aucune trace de ce commerce n'est saisissable. Un marché aussi important que celui de Milan est plus approvisionné par les achats directs à San Remo que par les expéditeurs qui fournissent par le train ou camion le marché de redistribution de Milan.

A Rome également le marché urbain ne réalise pas l'essentiel des transactions. Beaucoup d'entreprises livrent directement aux fleuristes les marchandises nécessaires ; ou inversement, les détaillants se rendent chez les producteurs pour faire face aux commandes qu'ils reçoivent d'une des principales clientèles, grosse consommatrice de fleurs en Italie, surtout au moment des grandes fêtes religieuses.

Telles sont les difficultés que l'on peut mettre en évidence lorsque l'on considère les courants d'échanges intérieurs de fleurs. Néanmoins, compte tenu de la localisation des grandes agglomérations urbaines en Italie septentrionale et centrale, l'essentiel du commerce est réalisé par les marchés de San Remo, Vintimille et Pescia dont on peut examiner le volume et la valeur des échanges.

Le marché de San Remo.

On a déjà souligné les difficultés de commercialisation des produits horticoles à San Remo en raison de la vétusté des installations de vente. Le marché n'est plus adapté à la production mais aucun projet n'est sur le point d'aboutir. Pour de longues années encore, la situation demeurera identique et gênante pour les personnes fréquentant le marché. Les difficultés de la commercialisation entravent grandement le commerce général et poussent une partie des producteurs à éviter de passer par l'intermédiaire du marché. Ainsi s'explique en partie le peu d'empressement des étrangers à fréquenter le plus puissant marché d'Europe, celui de San Remo. Quelques camionneurs allemands seulement viennent parfois charger

des fleurs. Les difficultés de stationnement et de pénétration dans le marché rebutent plus d'un acheteur. La comparaison avec le marché de Nice, vaste et bien équipé de ce point de vue, fait regretter à beaucoup de producteurs l'éloignement du marché français. Beaucoup de responsables de l'horticulture italienne affirment que l'expansion de la floriculture est entravée à l'heure actuelle par les nombreuses insuffisances techniques du marché.

Le Marché aux Fleurs de San Remo reste le plus important du monde. Son chiffre d'affaires est de trente milliards de lires environ selon les estimations de son directeur. Ce chiffre est nettement supérieur à celui des deux marchés d'Aalsmeer réunis (un peu plus de 100.000.000 de florins) eux-mêmes équivalant à celui de Nice (130 millions de francs selon les meilleures estimations). Il est inutile d'établir des comparaisons de poids, les chiffres qui seraient exacts pour les marchés néerlandais seraient entachés de marges d'erreurs trop importantes à Nice et San Remo. Il est très difficile d'étudier l'évolution des apports au marché de San Remo. En effet, la direction estime moins la valeur de la marchandise que sa quantité. Dans ce domaine on compte, non pas en unités de fleurs ou en bottes, mais en corbeilles qui peuvent être plus ou moins remplies. De 1950 à 1965 toutefois on peut déceler une évolution sensible dans les transactions.

Evolution des apports (en corbeilles) au marché de San Remo - 1950-1965

(d'après la Direction du Marché aux Fleurs)

ANNEE	Œillets	Fleurs à bouquets	Chrysanthèmes	Roses
1950	201.203	77.947	13.000	20.694
1955	271.803	95.708	13.170	25.257
1960	355.550	156.600	13.655	47.405
1962	316.211	151.364	13.637	47.227 (*)
1965	304.686	154.558	16.775	57.306

(*) Volume des affaires du marché en 1962 : 25 milliards de lires.

En 1965 le marché de San Remo est fréquenté par 4.000 producteurs qui livrent, avec plus ou moins de régularité, leurs fleurs sur le marché. La Direction estime que le tiers de la production en effet (représentant sans doute 40 % de la valeur totale) ne passe pas par le canal du marché mais est livré directement aux maisons d'expédition. Six cents commerçants se chargent des expéditions, c'est un nombre très élevé. Le même travail pourrait être effectué par un groupe beaucoup plus restreint d'individus, ce qui donnerait une importance plus grande à chacune des entreprises chargées de la commercialisation des fleurs. Il semble d'ailleurs que ce soit la règle en Italie, plus encore qu'en France, puisque le marché de Pescia est fréquenté par plus d'une centaine d'expéditeurs et de grossistes, chacun n'ayant donc en moyenne que la possibilité théorique de commercialiser la production de deux hectares de cultures florales. Les expéditeurs ligures peuvent, en théorie, disposer de cinq hectares environ. Aux jours d'affluence et de grosses expéditions, près d'un millier d'employés sont amenés à venir aider les expéditeurs. Chauffeurs de camions, responsables de l'emballage de fleurs, membres des familles des acheteurs, tous sont intéressés par les transactions et viennent, pour prêter main-forte aux acheteurs, encombrer les rares allées du marché. La bousculade qui s'ensuit est suffisamment célèbre en Europe pour qu'on ne puisse pas ici l'évoquer (chaque personne disposant d'une surface de 4 à 5 décimètres carrés pour se mouvoir, d'après les calculs de l'administration du marché).

Le marché de San Remo ne s'est pas imposé comme marché unique de la Ligurie et, comme sur la Côte d'Azur, deux marchés existent et se font une légère concurrence. A Aalsmeer aussi existent deux marchés, coopératifs ; mais, tandis qu'en Hollande les producteurs sont tenus de livrer la totalité de leur production à l'une des deux coopératives, ici, comme dans les Alpes-Maritimes, les producteurs ont la facilité d'opter pour le marché de leur choix, selon la période de l'année et le type de commercialisation qu'ils préfèrent.

Depuis le début du siècle un grand nombre de tentatives d'établissement d'un marché a été réalisé. Chaque commune horticole importante a ouvert un marché, parfois rapidement voué à l'échec. Les toutes premières fleurs produites en Ligurie, situées dans les cultures plaquées contre la frontière française vers Bordighera ont été vendues au marché de Nice. En 1892-93 des horticulteurs ont fondé un marché à Ospedaletti, pour vendre leurs roses, ainsi que des œillets obtenus à partir de boutures françaises. En 1894 est ouvert, pour peu d'ailleurs, un marché à Bordighera. Ces deux marchés commercialisent, grâce à la voie ferrée, leurs fleurs en Autriche-Hongrie, Russie et Roumanie. Sur le marché de Taggia (1905) apparaissent les violettes et les fleurs issues de bulbes ainsi que les premières palmes d'as-

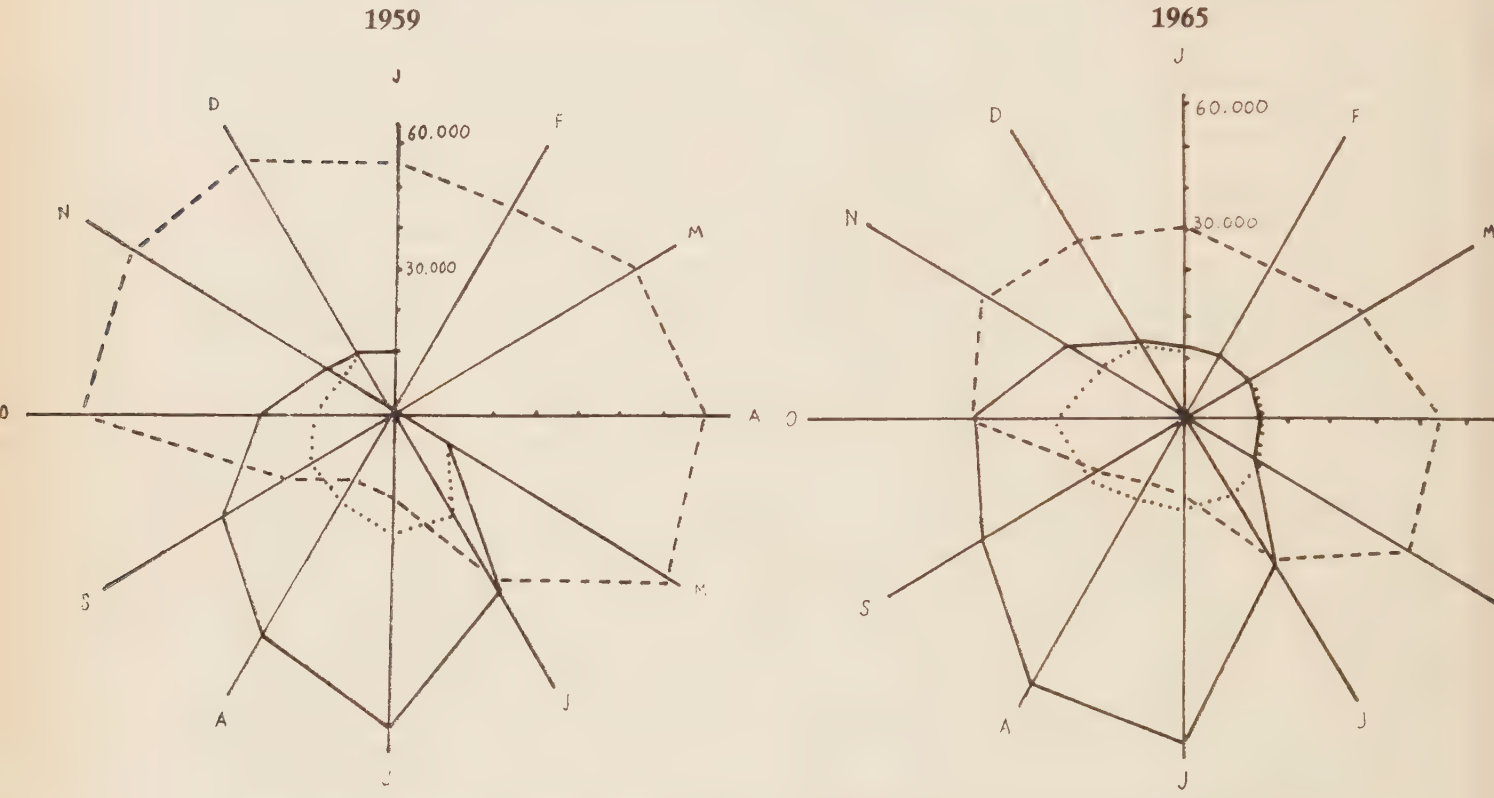


Figure 34 : Ventes à Pescia (trait continu), Viareggio (pointillé), et San Remo (tireté).
ŒILLETS (en milliers de fleurs)

paragus. En 1912 le nouveau marché de Vintimille écoule les récentes variétés de roses. Trois ans plus tard le modeste marché de Vallecrosia vend plantes ornementales et feuillages. Dès 1922 l'ouverture du marché de San Remo est favorisée par le déplacement des cultures dans cette région et par la multiplication des horticulteurs-hybridateurs qui créent des variétés nouvelles, alors que ferme le marché d'Ospedaletti voisin. En 1925 la création de la *Stazione Sperimentale di Floricoltura di San Remo* à la villa Raimondo jouera un rôle décisif dans l'expansion de la floriculture ligure et italienne en général. Le marché aux fleurs de San Remo, détruit en 1944, a été reconstruit à l'aide d'un hangar métallique et reste étouffé au cœur de la petite cité méditerranéenne.

Le déroulement des ventes se fait le matin, de 6 h 30 à 9 heures environ, jusqu'à l'après-midi en période de pointe. L'après-midi les acheteurs peuvent compléter leurs expéditions sur le marché de Vintimille. Dans les deux principales régions de floriculture ita-

lienne existent deux marchés qui s'équilibrent entre le matin et l'après-midi ; San Remo et Pescia le matin, Vintimille et Viareggio l'après-midi. Les difficultés rencontrées par les modifications d'horaires à Viareggio sont la preuve que l'on peut très bien commercialiser le matin et l'après-midi et que les deux marchés, loin de se faire concurrence, peuvent se compléter. La situation est différente dans les Alpes-Maritimes ; il y a peu de temps encore les criées d'Antibes le matin, le marché de Nice - vieille - Ville l'après-midi établissaient un équilibre. Aujourd'hui les marchés sont simultanés (matin). Les techniques de vente sont identiques à celle de la France ; elles ne sont pas plus efficaces. Les mêmes reproches sont adressés à la lenteur des paiements et aux malversations qui suivent des achats.

Au cœur de la Ligurie, première région horticole du monde, tandis que les circuits commerciaux évoluent, que les productions s'améliorent en qualité, que le nombre des floriculteurs croît, le marché de San Remo demeure depuis une vingtaine d'années immuable et pose, au fil des ans, des problèmes angoissants aux responsables de la floriculture italienne. Il est souhaitable que les pouvoirs publics et les organisations interprofessionnelles du monde horticole prennent conscience de ce déséquilibre qui risque, à longue échéance, de défavoriser cette puissante région horticole. Sans le génie et l'habileté des Italiens pour s'adapter à ce genre de difficultés depuis longtemps la récession aurait frappé la Ligurie.

Le marché de Pescia.

Très différent est le marché de Pescia. Au cœur de la seconde région floricole italienne il est plus dynamique. Toutefois il rencontre d'autres difficultés qui ne lui permettent pas d'assurer une expansion bien grande à la floriculture toscane. De conception moderne, construit depuis une dizaine d'années seulement, le marché aux fleurs de Pescia est bien adapté au genre de transaction de gré à gré comme le pratiquent les floriculteurs des régions méditerranéennes. Contre lui, il a sa position géographique au cœur de l'Italie. Il est trop loin en effet des centres de consommation de l'Europe et il est concurrencé par des productions plus proches pour l'approvisionnement de la capitale italienne. En dehors des autoroutes, il ne dispose pas d'un réseau de voies de communication exceptionnel. Mieux conçu dans son architecture moderne et dans ses services annexes que le marché de San Remo, disposant d'un espace beaucoup plus vaste, il pourrait assurer une masse de transactions presque aussi importante que celle de la capitale floricole ligure (cf. Planches 20 et 21). L'espace ne manque pas, les places de garage dans les parcs à voitures ne sont pas l'objet d'une âpre lutte. Le volume des échanges est beaucoup plus faible qu'à San Remo.

— *San Remo*	*1964 :* 336.231.000 œillets *1965 :* 304.686.000 œillets	(moitié du tonnage)
— *Pescia*	*1964 :* 177.750.000 œillets *1965 :* 258.955.000 œillets	(90 % du tonnage)

Ces chiffres sont assez éloquents pour prouver le danger couru par la floriculture toscane : le marché vit essentiellement de la commercialisation des œillets. C'est l'espèce la plus vendue en Europe et, par là même, la plus gravement menacée par les concurrences. Le marché de San Remo, au contraire, commercialise une masse beaucoup plus grande d'espèces qui arrivent à représenter près de la moitié de la valeur commercialisée. Il est toutefois permis de douter de la véritable exactitude de ces statistiques de marché. Les marchés établissent leurs statistiques en multipliant par mille le nombre de corbeilles enregistré chaque jour, partant de l'idée que toutes les corbeilles sont pleines et qu'elles ont toutes le même contenu. C'est trop simple ; c'est la seule source possible de renseignements.

Le point faible enfin de ces marchés italiens de gros est le système de paiement à long terme des achats par les expéditeurs ou les grossistes qui laissent un large découvert pendant tout le temps de la campagne.

Evolution du marché de Pescia

(Œillets - en milliers de fleurs)

	Moyenne 1957-59	1961	1966
Janvier	—	637	2.470
Février	—	106	3.170
Mars	—	149	3.625
Avril	—	158	4.240
Mai	20.000	171	5.100
Juin	36.000	20.785	35.540
Juillet	62.296	56.000	53.600
Août	47.197	54.950	48.400
Septembre	33.017	44.500	49.500
Octobre	16.973	24.600	46.500 (*)
Novembre	5.150	7.480	13.350
Décembre	1.608	3.157	7.880
Total	202.261	212.699	273.285

(*) Le 8 octobre 1966, 2.600.000 œillets ont été commercialisés.

Evolution du volume d'affaires du marché de Viareggio

(*En milliers de lires*)

	1963	1964	1965
Janvier	52.085	55.170	63.910
Février	47.280	60.380	134.515
Mars	91.515	77.412	183.610
Avril	201.415	62.280	165.880
Mai	208.105	102.950	145.752
Juin	256.593	232.765	153.200
Juillet	201.440	111.260	132.172
Août	194.780	135.500	92.930
Septembre	157.093	170.937	146.412
Octobre	131.330	182.955	246.280
Novembre	83.875	73.592	108.052
Décembre	81.823	101.700	112.000

Ainsi le marché italien constitue bien un ensemble homogène distinct et original en Europe. Tous les autres pays d'Europe, à part l'Espagne, au marché intérieur faible, sont consommateurs de fleurs étrangères. Seuls les Italiens, par l'énormité d'une production variée et massive, éloignent les fleurs produites dans les autres régions de l'Europe et satisfont dans sa quasi-totalité la consommation nationale. La seule pénétration étrangère n'est pas dans le domaine horticole pur. Elle se situe sur le plan financier. En effet, la production des bulbes en grossissement est souvent commandée par les Néerlandais ; d'autre part, une partie de la production de fleurs coupées du Mezzogiorno est contrôlée financièrement par des entreprises étrangères.

Au fil des années la production horticole italienne ira vers un renforcement des quantités et de la qualité. Le fardage a presque disparu, les expéditeurs s'adaptent à la clientèle étrangère. La production italienne dépassera sa concurrente néerlandaise à coup sûr plus chère. Les progrès réalisés par l'Italie depuis la Seconde Guerre Mondiale et l'amélioration croissante de la qualité, malgré des difficultés régionales comme la déficience du marché de San Remo ou l'insuffisance de la desserte aérienne, prouvent que dans un proche avenir l'Italie devrait s'affirmer comme la première puissance horticole du monde.

4. Le marché espagnol

Le marché espagnol est, à l'heure actuelle, en complète transformation. Progressivement, des habitudes nouvelles pénètrent en Espagne, aussi bien dans le domaine de la consommation des produits horticoles que dans l'organisation de la production et du commerce qui s'efforcent de rechercher des débouchés étrangers. Jusque vers 1950 l'Espagne n'a pas figuré dans le commerce international des fleurs. Elle importait de petites quantités de plantes ornementales de Belgique. Passé cette date un double phénomène s'est produit, la consommation intérieure a augmenté, la production est devenue exportatrice.

L'accroissement de la consommation intérieure, tout relatif d'ailleurs, est le fait d'une incontestable amélioration du niveau de vie des Espagnols vivant dans les grandes métropoles. Les banlieues des agglomérations ont constitué des ensembles horticoles. A côté des producteurs maraîchers, traditionnels fournisseurs du commerce de détail, on rencontre de véritables floriculteurs (cf. l'étude de la production, p. 251 sqq.). Peu à peu les marchés d'approvisionnement en légumes et en fruits ont connu l'installation de quelques bancs tenus par les floriculteurs. Des endroits se sont spécialisés dans le commerce des fleurs et des plantes en pots, à Séville, Alicante, Valence et Madrid, de petits marchés se sont établis ; à Barcelone le commerce de la « Rambla de las Flores » est peu à peu supplanté par celui du « Mercado de la Flor » aménagé en 1964 dans l'ancien bâtiment de l'Exposition Universelle de 1929. On y vend au rez-de-chaussée des plantes en pots, et au premier étage les fleurs coupées. L'ensemble est réservé aux professionnels et le public n'est pas admis. Les expéditeurs ne l'ont pas fréquenté et ce marché fonctionne comme un centre de redistribution plutôt que comme un marché d'expéditions. Les départs pour l'étranger se font des zones de production au nord de Barcelone.

Il est évident que le développement de la production catalane impose de plus en plus la création d'un marché de production. La ville de Mataro, halte ferroviaire importante, et Prat-de-Llobregat, disposant d'un emplacement commode pour un aérodrome, espèrent obtenir la réalisation de ce projet. La concurrence en ce domaine n'est pas souhaitable, et une des deux solutions devrait l'emporter, sans doute celle de la gare ferroviaire, les cargos de fleurs s'envolant de l'aéroport de Barcelone. La lenteur des trains espagnols, les fleurs ne bénéficiant pas de l'avantage des trains express, n'est pas faite pour favoriser l'accroissement du marché intérieur. La Catalogne est en effet mal située par rapport au centre de consommation madrilène, seul susceptible d'absorber de grandes quantités de fleurs. Or, il y a à peu près la même distance en train de Barcelone à Madrid que de Barcelone à Lyon, et compte tenu des arrêts à la douane, les fleurs de Catalogne peuvent parvenir avec une demi-journée d'avance dans la capitale rhodanienne !

Toute tentative d'organisation du marché se heurte actuellement aux habitudes antérieures. Depuis que l'Espagne est devenue un exportateur de fleurs, les grandes maisons d'expéditions sont tombées sous la coupe des importateurs étrangers qui ont même parfois installé leur propre maison en Catalogne. De la sorte, on voit mal comment ces maisons, qui tirent tout leur profit de la différence de prix de revient entre la Catalogne et les autres régions de production européennes, s'intéresseraient au marché intérieur et essaieraient de développer leurs ventes sur Séville, Valence ou Madrid. Il faudra encore de nombreuses années pour que la profession de redistribution s'organise sur le plan national, pour que les fleurs de qualité soient demandées, non par les exportateurs, mais par la clientèle nationale. Pour l'instant les professionnels de la production sont dominés par le commerce. Le prix des fleurs est souvent fixé pour une campagne, l'expéditeur peut donc longtemps à l'avance prendre ses dispositions en vue de l'écoulement de la production. Si le prix est fixé, la quantité qu'il se charge d'écouler n'est pas déterminée rigoureusement. En période de difficultés de commercialisation en Europe, le producteur catalan reste avec des gerbes d'œillets et de roses, et il lui faut alors essayer de les vendre à très bas prix aux fleuristes de Barcelone. La demande intérieure ne connaissant pas les grandes fluctuations comparables à celles des autres pays d'Europe occidentale, les prix des fleurs sont beaucoup plus constants en cours d'année. Il arrive cependant que les prix

connaissent une hausse brutale. La douzaine d'œillets à 12-20 pesetas en hiver peut atteindre 70 pesetas en janvier. La rose Baccara peut varier de 50 à 250 pesetas la douzaine si elle a été cultivée sous serre. On reproche aux Espagnols de mettre sur le marché des fleurs de médiocre qualité. En décembre 1962 et janvier 1963, les fleurs ayant franchi la frontière se répartissaient ainsi (œillets) :

87 % de qualité I (*)
3 % de qualité II
10 % de qualité III

(*) Renseignements C.N.C.E.

On comprend la faiblesse du commerce intérieur qui est due, en outre, à l'écoulement sur le marché de toutes les fleurs de qualité secondaire que les importateurs européens ne veulent pas. Les importations de fleurs de qualité, cette fois-ci, sont très faibles : 21,9 millions de pesetas en 1963 alors que les exportations ont atteint 33 millions de pesetas. En 1961, par contre, les importations étaient de 10,9 millions et les exportations de 77,9. Plantes en pots et bulbes représentent l'essentiel des achats à l'étranger tandis que les fleurs coupées constituent la totalité des exportations. Si le marché espagnol est bien un marché excédentaire, il le doit à la faiblesse de sa consommation plus qu'à la puissance de sa production. Toutefois il se trouve que le commerce extérieur est entravé par une mauvaise organisation des transports. L'avion n'emporte pas la moitié des fleurs, sauf pour le Royaume-Uni et la Belgique, tandis que le train est trop lent. Le passage à la frontière française est allongé par la nécessité de changer d'essieux en raison de l'écartement différent des voies et fait perdre jusqu'à cinq heures. Parfois d'autres produits prioritaires comme les agrumes provoquent un prolongement du délai d'attente. Le T.E.E.M. (Trans-Europ-Express-Marchandises) ne part que de Perpignan, il faut donc un transbordement supplémentaire de la marchandise. Les livraisons par camions ne s'effectuent pas encore d'une manière régulière et le parc de camions dotés d'appareils de réfrigération est insuffisant.

Pour développer leurs ventes à l'étranger, les Espagnols doivent modifier la répartition de leurs cultures. Ils ont en effet pendant trop longtemps produit des œillets Anita. Or l'Anita italien atteint déjà à San Remo, malgré sa bonne qualité, des prix inférieurs à ceux des autres variétés. Les Espagnols obtiennent des Anitas de second choix ; ainsi leurs fleurs sont parmi les moins payées de tout le marché européen. L'orientation de la culture vers d'autres variétés comme les variétés américaines protégées par des abris en matière plastique à la manière toscane serait sans doute un élément favorable pour le commerce espagnol.

Exportations espagnoles d'œillets

Pays destinataires	(*En tonnes*)	
	1962-1963	1964-1965
Allemagne	255,—	398,—
Autriche	3,—	1,7
Belgique	30,—	51,—
Finlande	0,1	—
France	0,1	3,—
Pays-Bas	0,7	0,2
Grande-Bretagne	7,5	6,7
Irlande	0,1	0,3
Italie	0,4	—
Liban	0,3	2,—
Portugal	9,—	16,—
Suède	4,3	3,2
Suisse	60,—	105,4
	372,7	589,8

L'Allemagne Fédérale est le principal destinataire des exportations espagnoles d'œillets. Elle a absorbé, pendant la campagne 1964-65, 67,4 % des quantités expédiées par la Catalogne.

Les Espagnols expédient également, mais en moindres quantités, des roses (une tonne en 1963-64 et 450 kilos en 1964-65), de l'asparagus plumosus, de l'eucalyptus et des glaïeuls. Quelques plantes en pots sont aussi expédiées, sanseverias, ficus, cactus, vers la Belgique et l'Allemagne Fédérale.

En d'autres termes, le marché intérieur espagnol reste assez terne et le commerce avec l'étranger, même s'il est profitable aux Catalans et aux insulaires, ne représente pas encore un élément essentiel dans l'ensemble horticole européen. Les intérêts étrangers investis dans les entreprises espagnoles sont susceptibles toutefois de provoquer de prochaines et importantes modifications.

CHAPITRE II

LES MARCHÉS DÉFICITAIRES

1. Le marché anglais

Le marché anglais est un des plus originaux d'Europe en raison des liens commerciaux multiples qui unissent les Britanniques au reste de l'Europe et aux anciennes terres de colonisation britannique. Tous les producteurs européens s'intéressent au débouché anglais, et quelques pays sont favorisés : les Pays-Bas très proches, la région du Var et, à un moindre degré, les Italiens de Ligurie.

Pendant longtemps les fleuristes britanniques ont été approvisionnés par ces centres d'exportations en même temps que la production locale, surtout importante dans le semestre chaud, éliminant souvent les possibilités d'exportations européennes. Tout le commerce international est organisé autour du grand marché londoninen de Covent Garden où cinq ou six jours par semaine la vente commence à 5 heures du matin. Dès 5 heures du matin on redistribue les produits ornementaux dans tout le Royaume. Comme à Paris les ventes ont été organisées par les grandes firmes commerciales suivant le système de la commission : il en résulte, de la sorte, comme on le verra, une certaine désorganisation du marché.

A la différence des importateurs allemands, ou suédois, les Anglais ne passent presque pas de commandes sur le continent. Ils se contentent d'écouler les arrivages qui leur sont adressés du monde entier par des itinéraires et des voies très diverses. En réalité, si le marché britannique n'est pas plus malsain qu'un autre c'est qu'un certain équilibre tacite s'est établi dans la concurrence internationale. Chaque région s'efforce d'expédier une de ses spécialités qui réponde aux goûts de la clientèle anglaise. Or, les Britanniques ont des habitudes d'achat bien précises : leur choix se porte vers certaines couleurs (jaune, mauve) et certaines espèces (fleurettes, chrysanthèmes) qui obligent les producteurs à s'adapter. Beaucoup de compositions florales et même de couronnes mortuaires utilisent les chrysanthèmes anglais dont la production est capable de devenir exportatrice d'ici peu. Les fleurettes du Var, surtout les narcisses, sont concurrencées par les chrysanthèmes de type américain et de production britannique. Les œillets, par ailleurs, se commercialisent difficilement : les superficies de culture sous serre en Royaume-Uni sont réduites, et ni les Italiens, ni les Français et ni même les Néerlandais ne réussissent à en expédier des quantités notables. Par contre, toutes les fleurs de bulbes trouvent un écoulement assuré dans la mesure où il n'y a pas concurrence avec la production locale dont la qualité est, du fait de la brièveté du transport, supérieure.

Tout compte fait, le marché britannique est délicat, pour ne pas dire décevant. Cela tient à la perturbation provoquée par l'entrée en scène de nouveaux fournisseurs qui viennent

accroître les difficultés d'un écoulement déjà complexe. La possibilité des expéditions par avions à destination de Londres, desservie par un très beau et très complet réseau aérien, drainant les produits de toutes les parties du monde, permet à des producteurs lointains, australiens, sud-africains, rhodésiens, brésiliens, israéliens, égyptiens et maltais, d'envisager des ventes sur le marché londonien. Il est évident que les régions les plus lointaines ne peuvent espérer vendre que des fleurs de très haut prix : l'Australie, la Malaisie, le Brésil fournissant les orchidées (cymbidiums) ou essayant certaines fleurs de nénuphars très décoratives mais trop volumineuses.

Dans cet approvisionnement lointain les Sud-Africains sont les plus redoutables : ce sont eux les gros responsables de l'effondrement imprévu du marché britannique. Les glaïeuls viennent d'Israël, de Malte (20.000 cartons expédiés en 1965, 6 millions de bulbes en culture en 1966, 6 tonnes de fleurs débarquées en mai 1966 à Londres dans un avion spécial). Les œillets viennent de l'Afrique du Sud, du Kenya, mais aussi de la Grèce et de la Bulgarie, mais des envois de plus en plus nombreux d'Espagne sont très appréciés en raison des tiges robustes. L'Egypte a fait quelques tentatives malheureuses d'envoi de roses ; les freesias maltais sont d'un jaune « positivement affreux » mais les poinsettias de l'île méditerranéenne se vendent bien.

En règle générale, les expéditions africaines sont de bonne qualité et répondent parfaitement au goût des Britanniques. Les avions de la B.O.A.C. ayant souvent beaucoup de places disponibles dans leurs soutes au départ de Johannesburg, la compagnie accepte les fleurs comme fret de retour à des tarifs bas, de l'ordre de 4 shillings par kilogramme. Il arrive toutefois que quelques expéditions produisent de graves perturbations : les cas sont nombreux. Par exemple en novembre 1964 des œillets de faible qualité sont expédiés par les Africains et malgré l'effondrement complet des cours et la désorganisation du marché les expéditions ne sont pas arrêtées. Les fleuristes anglais demandent à la National Farmers Union d'obtenir une réduction des importations. Les Africains décident alors de bloquer leurs envois pendant trois jours dans l'espoir d'une remontée des prix. Quand ils reprennent leurs envois ils le font avec des œillets de second choix dès le départ et ces fleurs sont bradées à Covent Garden entre 1/6 et 2 la botte (de 1 à 1,40 F). Les dégâts auraient pu être limités si quelques-uns seulement des commissionnaires de la place de Londres avaient reçu la quasi totalité des envois, mais dans un but de répartition des risques et des chances de vente, les Africains s'étaient adressés à presque tous les commissionnaires, ceci étant la cause de la panique.

Cette situation ne pourrait être que passagère. Il se trouve cependant qu'au cours d'une campagne annuelle de vente ce phénomène se produit à plusieurs reprises pour une même espèce de fleurs, et touche un grand nombre d'espèces. Le cas des glaïeuls est significatif : aux fournisseurs traditionnels de glaïeuls, les Néerlandais, les Varois et les Italiens (dont les envois se heurtaient déjà à une forte production nationale) viennent s'ajouter en particulier les Israéliens et les Rhodésiens. La Rhodésia Flower Grower's Association développe les cultures de glaïeuls et de roses dans le seul but de vendre davantage à Londres.

Cela n'est possible qu'à la suite d'une campagne publicitaire puissante. Par exemple, les horticulteurs anglais forceurs de bulbes, peu encouragés par les très faibles prix obtenus à Covent Garden en 1965 et 1966 essaient d'augmenter la vente aux supermarchés. Certains prétendent que Covent Garden ne leur apportera plus rien et qu'il faut chercher ailleurs de nouveaux débouchés pour les espèces printanières. D'autres pensent au contraire qu'il « faudra dix ans pour imposer les fleurs en tant qu'article de vente courante dans les supermarchés ». Tous reconnaissent cependant que le marché est saturé et que les fleurs se vendent difficilement au coût de production. Les professionnels suivent de près l'opération lancée par l'Association Néerlandaise des producteurs de bulbes qui dans le cadre de sa campagne de publicité pour le développement de la vente des fleurs de printemps s'est intéressée à vingt-cinq points de vente « non traditionnels » à Londres, Leeds, Reading, Cardiff, Edimbourg et Glasgow. Les fleurs néerlandaises sont importées par quatre grossistes de Covent Garden et Glasgow. Les fleurs envoyées sont des narcisses et des tulipes en bouton, emballées à sec dans des sachets de polyéthylène spécialement conçus pour l'emballage à sec. Les sachets sont

identiques à ceux dans lesquels sont emballées les fleurs qui sont envoyées de la coopérative aux enchères de Rijnsburg aux Pays-Bas et sont destinées à la Migros suisse. Le premier essai, qui remonte à 1964, avait été décevant parce que le public qui n'avait pas été averti par une campagne publicitaire croyait qu'il s'agissait de fleurs artificielles, malgré la mention « fresh » portée sur les sachets. L'opération commerciale néerlandaise est soutenue par une campagne publicitaire et par une campagne de presse.

L'asparagus, longtemps monopole azuréen, est aujourd'hui fourni par les coopératives danoises, ou par les grosses exploitations du Colorado. Par moment, dans l'histoire du commerce floral britannique le marché s'assainit : c'est la conséquence de décisions douanières. Ainsi le relèvement des droits de douane de 15 % en automne 1964 (puis leur abaissement à 10 %) dans le cadre de la résorption des difficultés économiques du Royaume-Uni a immédiatement provoqué une baisse des expéditions européennes. Les orchidées de l'hémisphère austral sont devenues très rares, de même que les envois de fleurs néerlandaises, ou danoises ont baissé. On a même vu les 2.600 producteurs maraîchers et floraux de Guernesey signer une déclaration aux termes de laquelle, conformément aux droits que leur accorde une ancienne charte, leurs expéditions de fleurs et de feuillages vers le Royaume-Uni n'ont pas à être touchées par le relèvement des droits de douane, décidé par le gouvernement britannique

On pourrait également pour éviter la surcharge de Covent Garden et l'effondrement des prix étaler les ventes de fleurs importées sur les autres marchés aux fleurs britanniques, les principaux étant Glasgow, Leeds, Liverpool, Manchester, Bristol, Birmingham, Cardiff, Nottingham, Newcastle, Southampton et Leicester. Tous ces marchés de consommation pourraient organiser leur propre réseau d'approvisionnement si les transports étaient plus aisés, et se mettre en rapport avec les expéditeurs des deux marchés de production de Spalding et Wisbech.

Devant une telle confusion et un tel engorgement du marché une des meilleures solutions consiste à persuader la clientèle britannique d'acheter davantage de fleurs. Cela est difficile si l'on tient compte des difficultés économiques rencontrées par le pouvoir d'achat de la clientèle (blocage des salaires et des prix d'octobre 1966 par exemple). Les fleuristes ont donc deux possibilités : organiser des campagnes publicitaires en faveur de la vente des fleurs, offrir à la clientèle des fleurs à des prix plus bas.

La première solution est évidemment la plus aisée à réaliser, d'autant plus que les gros exportateurs étrangers y sont également intéressés. Les Néerlandais par exemple participent puissamment, par leur aide financière, à toutes les campagnes publicitaires. Entre décembre 1964 et mars 1965 une campagne publicitaire anglo-néerlandaise a été lancée sur le thème « Achetez des fleurs en boutons » (et surtout des fleurs de bulbes). La presse quotidienne a publié de larges articles ; 9.000 points de vente ont affiché des panneaux incitant à ces achats. Dans l'ensemble, 70 % des adultes ont été atteints par cette campagne dont les Néerlandais ont supporté l'essentiel du financement, alors même que les Anglais relevaient les droits de douane de 15 %. A titre national, les Néerlandais ont lancé d'autres opérations publicitaires, celles qui en particulier visent à développer leurs ventes de bulbes. Des notices très détaillées sont jointes à tous les envois. Elles sont réalisées par le laboratoire de recherche de Lisse. Aux utilisateurs de fleurs coupées l'on adresse ce conseil : « Ne mettez jamais des bulbes et des tulipes fraîchement coupées dans le même récipient sinon les tulipes se fanent très vite. » Aux possesseurs d'un jardin d'agrément on adresse des conseils sur l'espacement des plants, le maintien d'une hygiène indispensable dans le sol, la ventilation des serres, le contrôle de la luminosité.

La deuxième solution est plus difficile à réaliser : la contraction des prix de vente ne peut s'obtenir qu'en réduisant des marges bénéficiaires (que les professionnels estiment incontractiles) ou en diminuant les frais. C'est donc dans ce dernier domaine que les Anglais recherchent la solution. Un de leurs avantages est de travailler à la commission. Qu'ils vendent peu de fleurs à un prix élevé, ou beaucoup à un prix très bas, leur marge bénéficiaire est à peu près homogène (dans ce cas le producteur supporte les inconvénients de l'effondrement des cours). Pour ne pas mécontenter les expéditeurs ils s'efforcent de diminuer les frais

en réclamant des expéditions normalisées. Autant les Néerlandais réalisent des envois parfaits, autant les producteurs et expéditeurs méditerranéens accroissent les difficultés en utilisant des emballages différents contenant des qualités hétérogènes, des fleurs de différentes espèces, le tout mal étiqueté, parfois encore mal conditionné.

Un autre souci des grossistes anglais est d'obtenir des expéditions régulières et non des livraisons désordonnées et massives qui engendrent les fluctuations de prix. Sur le plan national des fleuristes anglais ont lutté pour conserver la semaine de six jours ouvrables au moment où la *Covent Garden Tenants' Association* (association des locataires de Covent Garden) a passé un accord avec la *Transport and General Workers Union* pour réduire à cinq les jours ouvrables à partir de 1965. Les fleuristes ont également essayé d'obtenir une diminution des loyers commerciaux qu'ils jugeaient trop élevés. Certains responsables de la profession ont alors préconisé l'installation de points de vente multiples comme aux Pays-Bas en ouvrant des kiosques dans les rues et des étals dans les centres commerciaux. Des solutions de détail sont enfin intervenues avec des associations de producteurs ou de gros fournisseurs pour une normalisation des envois. Les Néerlandais ont tout de suite donné leur accord de principe ; le groupe de Guernesey de la British Flower Industry a poursuivi l'étude de l'institution de normes pour les fleurs commercialisables à grande distance dans différents pays. Des ententes sont intervenues avec les British Railways pour que les wagons de fleurs soient prioritaires sur les lignes unissant les ports de débarquement à Londres ou pour que les expéditions de fleurs du Lincolnshire soient acceptées tous les jours y compris le dimanche au départ de Spalding.

Les horticulteurs de Guernesey ont organisé en octobre 1965 une réception en l'honneur des transporteurs de leurs fleurs en Grande-Bretagne. Cette réunion amicale a eu pour but de montrer aux manipulateurs combien il en coûte de produire des fleurs et les précautions qui sont prises au moment de l'emballage. Des représentants de la British Railways, des chefs de docks et des chauffeurs de camions composaient l'assistance. Dès 1964 les horticulteurs de Guernesey ont obtenu des tarifs et des horaires meilleurs sur douze itinéraires ferroviaires britanniques. Les producteurs de Jersey et de Guernesey depuis 1964 se préoccupent de trouver des débouchés européens : Allemagne, puis France, Suède, Belgique et Finlande reçoivent ainsi des fleurs des îles anglo-normandes (*Fruit Trade Journal*, 11-64). Toutes ces réclamations et manifestations cherchent à assainir le marché britannique dont l'ampleur est croissante.

Il est très difficile de donner une idée de la valeur des transactions réalisées annuellement à Covent Garden. Ce marché couvert, insuffisant et peu commode aux yeux de certains commissionnaires ne traite qu'une partie des opérations commerciales. Tout autour sont ouvertes les boutiques de gros importateurs (qui de cette façon ne paient pas le droit de « marché couvert »), et l'*on estime que le quart* des fleurs en valeur et en poids *échappe* ainsi à la *statistique officielle*, elle-même sujette à caution puisque seul le vendeur peut indiquer la quantité reçue et écoulée.

Le système de vente de Covent Garden étant peu avantageux pour les fleuristes londoniens, ceux-ci préfèrent acheter directement aux exportateurs néerlandais des fleurs de haute qualité à des prix élevés. Ce courant d'échanges s'est constamment développé ces dernières années au détriment des envois à la commission. Les exportations néerlandaises de fleurs sur la Grande-Bretagne comparées entre 1964 et 1965 en sont la preuve :

	En tonnes		En milliers de florins	
	1964	1965	1964	1965
Exportations en consignation....	243,4	104	5.857,1	2.029,6
Autres	75,4	123,2	1.616,3	2.254,5

Les exportateurs néerlandais envoient de temps en temps un de leurs agents pour voir les détaillants britanniques qui sont disposés à passer directement des commandes de fleurs aux Pays-Bas. Les prix sont établis chaque jour et parfois une semaine à l'avance. Les

commandes des fleuristes britanniques auprès des exportateurs néerlandais s'étalent sur toute l'année, avec évidemment des périodes de pointe au moment des fêtes. Les grossistes par contre se fournissent aux Pays-Bas de décembre à avril lorsque les disponibilités de la production nationale sont faibles. L'acheminement plus rapide grâce à l'avion a également contribué au développement de la vente directe par les exportateurs néerlandais aux fleuristes britanniques. La plupart des ventes directes se font à destination de Londres et de la province pour les magasins de grand luxe ; les fleuristes de Londres peuvent s'approvisionner en fleurs néerlandaises sur le marché de Covent Garden ou par des commandes directes.

Depuis 1963 une évolution se dessine vers des importations de meilleure qualité. Tandis qu'en poids les importations n'évoluent pas, leur valeur augmente.

	Volume des importations (En tonnes)		Valeur des importations (En livres)	
	1963	1964	1963	1964
Œillets	147,9	274,1	208,7	373,1
Autres fleurs	1.180	973	831,9	771,2
Feuillages	747,5	720,3	183,1	212,9
TOTAL	2.075,4	1.967,4	1.222,8	1.357,2

Tandis que les importations de fleurs ont été marquées par une augmentation sensible des œillets et une régression pour l'ensemble des autres fleurs, les feuillages ont au contraire marqué une progression très nette de l'ordre de 42 % en valeur. Il est également intéressant de constater la brusque régression des exportations néerlandaises de fleurs coupées sur la Grande-Bretagne. En 1964 les exportations s'élevaient à 7 millions de florins, en 1965 elles n'ont atteint que 3,7 millions de florins soit une régression de 48 %. On a l'impression que les Néerlandais constatant que leurs exportations de produits finis (les fleurs coupées) diminuent, cherchent à maintenir sur les marchés britanniques une augmentation de la demande de fleurs produites dans le pays, ce qui leur permettrait de vendre davantage de produits semi-finis (bulbes et bulbillons). En réalité, dans la conjoncture présente il semble difficile d'assister à un changement complet des habitudes d'achat des Britanniques, et à une rapide transformation des courants d'échanges extérieurs. Les Britanniques d'ailleurs pour leur part, sous l'impulsion des producteurs anglo-normands, se soucient de plus en plus de trouver des débouchés extérieurs pour leurs fleurs. Ce que les Néerlandais gagneraient sur le marché britannique ils risqueraient de le perdre ailleurs sous les coups de la concurrence des bulbiculteurs anglo-normands.

Les producteurs de Jersey et Guernesey auxquels se sont joints les horticulteurs de Cornouailles ont approvisionné en février 1966 les stands de l'exposition britannique de Berlin dans la période appelée la « Semaine Verte ». Quelles que soient les tentatives réalisées par les horticulteurs britanniques, il sera difficile de créer des courants réguliers d'exportations à partir du Royaume-Uni, qui reste essentiellement un des plus gros consommateurs de produits horticoles d'Europe. La preuve en est fournie par l'étude de trois campagnes très caractéristiques.

1° Marché britannique en 1954-1955.

Avant l'ouverture de la campagne, plusieurs incertitudes se manifestaient. Les fleurs françaises, favorisées par rapport à leurs concurrentes par le contingentement en vigueur depuis 1945, assoieraient-elles leur prépondérance ? Les expéditions seraient-elles régulièrement échelonnées dans le temps ? Leur volume ne dépasserait-il pas les capacités d'absorption du marché ? Les importations de fleurs de toute provenances ont atteint 1.494 tonnes contre 1.207 pour la saison précédente.

Le déroulement de la campagne s'est effectué en plusieurs périodes.

1) 20 NOVEMBRE - NOEL : le temps fut généralement doux et pluvieux. Du coup la

production anglaise a baissé et les seuls envois sur les marchés sont les chrysanthèmes, seules fleurs pouvant être commercialisées en fortes quantités. La demande s'est dirigée vers cette espèce et les feuillages stérilisés et peints. Les achats importants ont été réservés pour la période de Noël. Les 22 et 23 décembre tous les secteurs, y compris celui des plantes en pots ont connu une réelle activité. Le 20 novembre eurent lieu les premiers arrivages de fleurs de France. Le mimosa et les feuillages ont dominé, les fleurs du Var ne sont devenues abondantes qu'à partir du 10 décembre. La demande en fleurs françaises a été très modérée, seules les anémones et les renoncules ont trouvé un écoulement rapide. Dès le début de décembre les arrivages ont été irréguliers et des retards considérables ont eu lieu dans les livraisons à cause d'une part de l'embouteillage de la gare d'arrivée de Southwark Depot (Gravel Lane), d'autre part de la complexité des opérations douanières. Ces faits se sont reproduits plusieurs fois au cours de la campagne. Donc les fleurs françaises pendant cette période ont été peu favorisées, à cause de la concurrence des chrysanthèmes anglais, du retard de végétation des fleurs susceptibles d'être exportées, de la modération de la demande et des retards d'acheminement.

2) Noel - 25 janvier : dès le lendemain de Noël les arrivages français deviennent massifs, mal répartis dans l'espace et le temps. L'irrégularité du service des ferry-boats de Dunkerque à Douvres, la lenteur du passage en douane ajoutèrent à la confusion du marché. C'est ainsi qu'au début janvier 1955 trois jours d'expéditions importantes se sont trouvés concentrés sur deux jours de vente à perspectives limitées, la panique s'emparant alors du marché et les cours s'effondrant pour ne plus se relever jusqu'au 25. Au moment où une reprise s'amorçait, de nouveaux arrivages venaient perturber le commerce. Par ailleurs la mauvaise tenue des prix s'explique aussi par la faible qualité des fleurs. Des importateurs, peu familiarisés avec les fleurs françaises et surtout le mimosa, reçurent, du fait des abaissements des tarifs douaniers britanniques, des quantités très importantes ; manquant de débouchés ils furent effrayés par la situation inattendue et se mirent à liquider au plus vite à n'importe quel prix. Certains refusèrent des lots ou les détruisirent. Quelques marchés de province reçurent des envois directs de France ; ne s'approvisionnant plus à Londres, ils contribuèrent à aggraver la perturbation (37). Aussi les trois principales fleurs françaises, mimosa, narcisses et anémones furent atteintes par le marasme du marché. Du même coup les Anglais ont pris l'habitude de considérer les fleurs françaises comme des facteurs de troubles. Au marché de Covent Garden, des observateurs de la National Farmers Union poussèrent les « barrow-boys » (vendeurs des rues) à se substituer aux fleuristes. Cette période a donc été, pour beaucoup, catastrophique.

3) 25 janvier - Février : le marché s'est assaini à la fin janvier grâce à une contraction des arrivages français et à une rapide amélioration de la qualité. La température s'étant adoucie contribua à l'accélération de la reprise. Début février un coup de froid réduisit la production anglaise au minimum en même temps que la Côte d'Azur connut des chutes de neige. Les séquelles de la période dépressive disparurent complètement sans du reste que le souvenir des graves effets provoqués par la situation de cette période s'effaçât pour autant. Les retards de livraison continuèrent : les fleurs françaises étaient livrées à Londres dans le courant de la matinée et jusqu'à 11 heures, quand les grands fleuristes effectuent leurs principaux achats de 7 h 30 à 9 heures.

4) Mars - Première décade d'avril : à la fin février le mimosa « Gaulois », le mieux vendu, a disparu du marché, le Déalbata vint le remplacer fort judicieusement, mais sa qualité ne fut pas bonne et il fut utilisé par les fleuristes pour combler la lacune créée par l'insuffisance de la production des jonquilles des îles Scilly. Le retard des ferry-boats provint de l'impossibilité de manœuvre de l'écluse de sortie du port de Dunkerque à partir du moment où la houle atteint une certaine force.

---

(37) Chaque année, les commissionnaires recommandent aux producteurs de n'envoyer, pendant la période de Noël, que les fleurs de qualité, « les acheteurs étant prêts à payer plus cher la meilleure qualité ». (Rapport C.N.C.E. du 4 décembre 1965.)

La libération du commerce d'importation amenant une augmentation des quantités exportées et surtout la multiplication des lots à dédouaner, de plus nombreux exportateurs ont adressé leurs envois à un plus grand nombre de destinataires. L'application d'un nouveau tarif douanier au début de la campagne, pour un groupe important de fleurs, compliqué d'une alternative entre un droit spécifique ou un droit *ad valorem* allongèrent la tâche des douaniers et surtout celle des employés des maisons de transit. Ces derniers se trouvaient dans l'obligation dès l'arrivée du train et avant l'inspection douanière de classer sur les quais tous les emballages par expéditeurs, par destinataires pour chaque expéditeur, par espèce pour chaque destinataire. Aucun colis n'étant étiqueté de la même manière et beaucoup d'étiquettes se détachant en cours de manipulations, beaucoup d'adresses étant illisibles, rendent la tâche très délicate. Ainsi après quatre ou cinq heures de pesée, d'ouvertures de colis, de rédactions d'états, et souvent de palabres, les paniers de fleurs peuvent enfin être expédiés par camions sur Covent Garden ou Spitalfields, mais trop tardivement pour un marché normal.

Un grand nombre de commerçants anglais sur les marchés de Londres et de province se sont brusquement trouvés en possession de quelques colis de fleurs françaises qu'ils avaient à vendre et de nombreux petits importateurs britanniques ont subitement reçu de grandes quantités de ces mêmes fleurs. Un même produit s'est ainsi trouvé en concurrence avec lui-même entre des mains inexpertes au détriment des prix de vente (C.N.C.E., rapport du chargé de mission à Londres). Dans l'ensemble la campagne 1954-55 malgré ses aléas, est considérée comme une année « normale ».

2° **Campagne 1955-1956.**

Le tonnage est moins important que celui de l'année précédente puisque les possibilités d'exportations en février et mars ont été réduites à néant par la grande vague de froid européenne. Œillets, roses et chrysanthèmes, même par un hiver froid, de production locale, se sont maintenus présents sur les marchés et expliquent la récession des ventes françaises dans ce domaine, alors que les fleurettes et le mimosa sont en expansion. Les glaïeuls en provenance d'Afrique du Sud se sont semble-t-il définitivement imposés ; les trois premiers mois de l'année ont été marqués par d'importantes expéditions maltaises (giroflées et soucis) moins chères que les fleurs françaises. Israël a commencé à expédier des glaïeuls par avion. Les fleurs italiennes, mimosa, violettes, narcisses et anthémis ont été de moins bonne qualité que les fleurs françaises. Quelques œillets ont été vendus. Les envois espagnols d'œillets ont progressé. Les Néerlandais sont surtout entrés en concurrence avec les fleurs anglaises. Ils envoient des lilas, cherry-blossom, forsythia, œillets américains, roses, freesias, tulipes et jonquilles, et ils sont les premiers exportateurs.

La campagne franco-anglaise s'est déroulée ainsi en trois temps.

1) 1er NOVEMBRE - 24 DÉCEMBRE : le mauvais temps sur la Grande-Bretagne favorise les fleurs françaises et leur permet d'atteindre de bons prix. Le 10 novembre les arrivages proviennent de toutes parts ; les prix baissent puis se maintiennent jusqu'à Noël.

2) 27 DÉCEMBRE - 31 JANVIER : temps très variable, abondance des importations, afflux de daffodils des îles Scilly qui encombrent le marché. Les acheteurs ont aussi choisi les fleurs de belle qualité, le marché s'est trouvé embarrassé au milieu de janvier au moment où la température locale tendait à remonter. Toutes les fleurs se sont bien vendues sauf les fleurs jaunes (concurrence des daffodils).

3) 1er FÉVRIER - 29 FÉVRIER : vague de froid. Les fleurs françaises sont gelées sur tige ou en cours de transport. Elles ont été vendues à bas prix après une lente décongélation ou ont été détruites. L'approvisionnement du marché est surtout réalisé par les productions des serres anglaises et hollandaises. Les horticulteurs de ces régions, même avec de faibles quantités, ont obtenus des bénéfices importants. Mais les fleurs néerlandaises ont été dans cette période plus attirées par les marchés continentaux où les prix étaient encore plus intéressants. Une tentative, en janvier 1956, d'expéditions de fleurs du Var par air a été un échec ; le voyage en soute à bagage a abîmé les qualités.

3° **Campagne 1958-1959.**

Si le volume des fleurs françaises exportées a été grand, il ne semble pas que le profit des ventes qui en ont été faites ait été plus considérable qu'au cours des campagnes précédentes ; la surcharge provoquée par l'arrivée massive de fleurs, en particulier en février, a écrasé les cours. Le marasme ainsi créé n'a été qu'une répétition accentuée de ce qui s'était passé au cours des campagnes 56-57 et 57-58. L'augmentation du montant de droit de douane applicable aux anémones à leur entrée en Grande-Bretagne est intervenue le 16 mars et a encore réduit le profit net qui pouvait être tiré des ventes.

1) Du 15 novembre au 24 décembre : démarrage au cours duquel les fleurs françaises de plus en plus abondantes sont de bonne qualité. Les cours s'élèvent graduellement, les anémones du Var font prime sur le marché, celles du grade n° 0, d'excellente qualité, passent de 1/6 la douzaine à 2/6 et même 3/6 la douzaine immédiatement avant Noël.

2) Du 29 décembre au 29 janvier : le marché est stable, la demande est moins vive que le mois précédent, mais les arrivages s'amplifient en fin de mois et pèsent sur les cours.

3) Du 30 janvier au 19 février : la tendance est irrégulière.

4) Du 20 février au 17 mars : le marché se désorganise rapidement car la demande ne peut faire face à l'offre sans cesse grandissante ; les cours s'effondrent et certaines fleurs comme les anémones sont incotées et une petite proportion des fleurs doit même être retirée du circuit commercial.

5) Du 17 mars au 10 avril : les fleurs françaises sont moins nombreuses, les cours se redressent malgré la présence des fleurs anglaises.

En janvier les importateurs ont été fortement inquiétés par les pertes qu'ils devaient supporter dans la commercialisation des fleurs françaises. La surcharge de l'offre ainsi provoquée par les fleurs de France a été un des arguments avancés par la National Farmers' Union en faveur d'une augmentation du montant des droits de douane applicables à certaines fleurs dont les anémones et les narcisses. Les importateurs souhaitent que des mesures soient prises pour régulariser les envois français. *La solution*, de l'avis même des principaux importateurs anglais, *se trouve dans l'organisation des exportateurs français.*

Si les fleurs sont encore exportées en grande quantité en Grande-Bretagne, il faut éviter leur afflux par à-coups. L'aspect chaotique des envois de fleurs du Var vers le marché britannique est mis en évidence par la comparaison avec les envois vers le marché allemand qui demeurent pendant toute la campagne cohérents. Des arrivages à Londres chaque jour de 5 à 8 tonnes représentent un maximum (il ne faudrait jamais dépasser 9 tonnes), or certains arrivages ont été : le 22 décembre 12 tonnes, le 24 janvier 14 tonnes, le 16 février 13 tonnes, le 23 février 18 tonnes, le 28 février 23 tonnes, le 14 mars 10 tonnes encore.

Ainsi le marché britannique cahote entre des périodes de stabilité, d'effondrement des cours, de hausses soudaines. Les grossistes sont moins atteints que les expéditeurs du monde entier qui trouvent rarement leur compte dans ces opérations à longue distance qu'ils ne contrôlent pas. La clientèle britannique est approvisionnée par le monde entier. Ainsi en mars 1965 l'optimisme régnait parmi les grossistes de Covent Garden (38) à l'approche de la Fête des Mères (dernier dimanche de mars) et des nombreuses cérémonies nationales qui précèdent le « Budjet Day ». Mais le mauvais temps entre le 5 et le 10 mars a endommagé les plantations anglaises. Violettes et anémones sont arrivées gelées sur le marché. Les feuillages de Cornouailles au moment d'une très forte demande en fin de mois pour la confection de bouquets de mariage sont peu abondants. Aussi l'asparagus est-il venu du Danemark et de Floride. Les roses atteignent alors des prix élevés, les œillets de toutes origines, et de bonne qualité, sont de vente facile. Les tulipes sont rarement dans un état de fraîcheur satisfaisant sauf celles importées des serres hollandaises. Les narcisses de production locale sont arrivés en fin de production trop tôt et appel a été fait à l'importation. Cyclamens et azalées belges et néerlandais ont pallié la défaillance anglaise.

(38) The Grover, 6-3-65.

2. Le marché allemand

L'Allemagne fédérale demeure un des grands foyers du commerce horticole grâce à une population abondante et riche qu'une production horticole locale insuffisante est loin de satisfaire. Dans l'entre-deux-guerres, les Allemands ont noué des liens étroits avec les expéditeurs ligures (certains professionnels italiens sont installés en Rhénanie). L'Italie était alors le principal fournisseur (60 % des importations allemandes en 1938). Le marché allemand se distingue aussi par son éclatement en une huitaine de centres de distribution, à la différence du marché britannique où Londres régit toutes les importations et établit les prix pour les transactions du Royaume.

1° Caractères originaux du marché allemand.

En Allemagne le marché éclate en un certain nombre de centres, dont l'éloignement provoque parfois des prix nettement différents (Cf. Guerre des prix, page 372). Ainsi, le marché de Munich, grand centre d'approvisionnement de la Bavière et de l'Allemagne du Sud a très peu de liens avec celui de Hambourg qui détient une grande partie de la commercialisation en Allemagne du Nord. Plus complexe est la situation de l'Allemagne rhénane, influencée par trois éléments : les producteurs locaux sont ici fort nombreux et disposent de trois coopératives de vente au cadran ; la région est à proximité des Pays-Bas et de la Belgique, tous deux gros exportateurs ; enfin les liaisons aériennes nombreuses qui unissent l'ensemble de l'Europe et le monde à Francfort, Cologne ou Dusseldorf facilitent l'approvisionnement lointain à partir des pays méditerranéens ou de l'Afrique, tandis que les voies ferrées transalpines sont un lien supplémentaire vers l'Italie.

Le marché allemand est donc extrêmement complexe et pourtant très intéressant pour les exportateurs de tous les pays européens. Les nouveaux venus trouvent souvent avec facilité leur place pour un produit ou une catégorie de produit ; les Israéliens, les Espagnols, les Danois, les Africains du Sud ont pu ainsi en quelques années s'assurer un débouché régulier pour certaines de leurs spécialités. Le marché allemand se développe d'une manière rapide et sa croissance est régulière, tandis que les exportations conservent à peu près la même valeur d'une année à l'autre ; la valeur des importations double à peu près tous les quatre ans, et cela depuis la période de reprise économique des années 1950. Les chiffres varient selon les sources auxquelles on s'adresse. L'A. I. P. H. avance 12 millions de D.M. en 1960 et 18,4 millions de D.M. en 1964, alors que d'autres sources n'indiquent que 2,01 millions de D.M. pour 1961. Au contraire les évaluations des importateurs, fournissent des chiffres à peu près concordants :

1957	65	millions de D.M.
1960	194,8	millions de D.M.
1963	290	millions de D.M.
1964	360	millions de D.M.
dont	154,7	millions de D.M. de fleurs coupées.

Quelques espèces représentent les trois quarts des fournitures : œillets, roses, asparagus, azalées. Les œillets représentent la moitié environ des importations de fleurs coupées, et si les roses sont de moins en moins achetées à cause de l'essor de la production nationale, des espèces de valeur marchande élevée, et l'asparagus, sont de plus en plus fournies par les Italiens et les Danois (15 % environ de la valeur des importations totales). L'Italie fait un gros effort pour rattraper aux importations allemandes le poste occupé avant la Seconde Guerre mondiale et en réalité pour supplanter les Néerlandais qui ont profité dans l'après-guerre de la disparition de la production ligurienne pour devenir les principaux fournisseurs de l'Allemagne. Cinq pays tiennent l'essentiel du commerce allemand : les Pays-Bas et l'Italie représentent à eux deux plus de 80 % du total puis viennent la France, le Danemark, l'Espagne. La Belgique s'est effondrée et se trouve maintenant dépassée par le Royaume-Uni

et le Portugal pourtant bien modestes fournisseurs. Il est significatif de noter que même dans l'approvisionnement en plantes en pots la Belgique est maintenant dépassée par les Pays-Bas qui savent suivre l'évolution des goûts de la clientèle.

La commercialisation des produits ornementaux repose sur une distinction nette entre les professionnels (horticulteurs, grossistes, fleuristes).

Les grossistes importateurs en fleurs coupées sont obligés de se spécialiser selon la clientèle des fleuristes qui leur passent commandes. Parfois des fleuristes détaillants de l'Allemagne du Sud importent directement ; parfois des maisons allemandes ont un bureau d'achat sur la Riviéra italienne et procèdent à l'organisation des envois. Des expéditeurs étrangers (trois maisons françaises par exemple) ont des dépôts en Allemagne rhénane. Dans l'ensemble fédéral on dénombre 700 grossistes importateurs, mais plus de la moitié ne passe commande qu'à certains moments de l'année.

Les importateurs de plantes vivantes n'ayant pas les mêmes difficultés ne sont pas organisés, comme les autres grossistes, en syndicats. La plupart achètent des lots de plantes qu'ils revendent dans les grands marchés. Certains conservent dans des serres, des stocks en prévision des grandes fêtes, provenant des importations des Pays-Bas, Belgique, Danemark et Etats-Unis. *Les grossistes en fleurs coupées* travaillent selon les mêmes principes, celui de l'achat ferme. Les grossistes sont en relations avec un petit nombre d'expéditeurs dans chaque pays, commandent les fleurs par téléphone, confirment parfois par télégramme. L'importateur fait une commande à prix fixe pour une semaine mais n'accepte jamais de contrat de longue durée, comptant trouver en Europe des marchés plus rémunérateurs. L'importateur allemand joue le même rôle que le directeur de dépôt régional d'un expéditeur français : il est le seul à supporter les risques du commerce car les fleuristes détaillants s'approvisionnent chez lui au fur et à mesure de leurs besoins, évitant d'avoir des stocks invendus. Les relations entre les grandes maisons européennes et les grossistes allemands sont mauvaises. Beaucoup d'expéditions sont faites contre remboursement car les Allemands sont réputés mauvais payeurs. Les Pays-Bas tournent la difficulté par l'institution d'un système d'autodéfense : tout importateur qui n'a pas honoré sa dette dans le mois suivant la livraison est signalé à l'organisation professionnelle néerlandaise qui diffuse son nom auprès des autres expéditeurs. Ceux-ci ne lui livrent plus de marchandises tant qu'il n'a pas payé. Toutefois le commerce d'approvisionnement s'organise d'une manière différente de celle qui existe pour le Royaume-Uni ou la Suède. Il est entièrement entre les mains des grossistes importateurs.

La dette allemande vis-à-vis des expéditeurs italiens varie de 600 millions à un milliard de lires. Pourquoi une telle situation s'est-elle instaurée ? Les importateurs allemands contestent la qualité d'une marchandise qui ne correspond pas toujours à la commande ou a subi des dommages en cours de transports. Le grossiste allemand refuse souvent — arguant de ce prétexte — de payer l'intégralité de la facture. Les discussions avec l'expéditeur peuvent être très âpres. Si les Italiens rabattent facilement leurs prix, les Français ou les Néerlandais agissent avec méfiance. Aucune procédure d'arbitrage n'est prévue ; certes à Hambourg résident deux « experts en fleurs » payés par la Chambre de Commerce mais ils ne sont pas assermentés. Aussi le conflit se règle-t-il de la façon suivante : le grossiste envoie un avertissement à l'expéditeur et à la deuxième fois cesse tout commerce sans préavis.

Les importateurs se plaignent aussi de l'importance des envois. Il leur arrive de recevoir 15 bottes d'œillets au lieu de 12, quand l'expéditeur juge le marché allemand très favorable. Cela provoque un grave mécontentement chez des hommes pour qui une commande est immuable. Toutefois les relations ne sont pas aussi mauvaises qu'une telle situation pourrait le laisser croire. Grossistes allemands et exportateurs étrangers sont directement intéressés par le développement des ventes de fleurs sur le territoire fédéral. C'est ainsi que des exportateurs italiens, espagnols, français, néerlandais et danois sont invités annuellement à la réunion de l'association des importateurs allemands. En 1962 à Bad Kreuznach, les discussions ont porté sur la nécessité de s'appuyer sur la publicité pour obtenir une augmentation des ventes. Or le quart des achats des produits ornementaux par la clientèle allemande porte sur des marchandises importées. Par contre tous les expéditeurs européens réunis se sont opposés

au système anglais de vente à la commission « qui augmente les risques, n'étant valable qu'en temps de surabondance et lorsque de bonnes ventes ne peuvent être réalisées autrement ». (C.R. in the Grower, 9-62.)

2° Les marchés allemands.

Le commerce allemand des fleurs coupées et des plantes vivantes au stade de gros est remarquablement organisé. La Rhénanie, principale région de production, possède trois marchés de production : Neuss, Moers et Straelen. Tous trois sont organisés en coopératives de ventes aux enchères dégressives ouvertes uniquement aux grossistes. En novembre 1965 un nouveau marché du type veiling s'est ouvert à Hambourg.

Chaque grande ville allemande possède un marché de gros de type traditionnel, bien que le plus souvent parfaitement fonctionnel. Les transactions s'opèrent de gré à gré, mais à Hambourg quelques commissionnaires commercialisent une partie de la production locale. Berlin, Bielefeld, Brême, Bonn, Dortmund, Dusseldorf (3.000 m²), Francfort, Hanovre (rénové en 1965 avec 2.500 m² de hall de vente), Munich et Stuttgart possèdent les principaux, gérés par les municipalités, avec l'aide des syndicats de grossistes et de producteurs de plantes en pots. En 1965 le marché de Kaiserslautern a vu le jour avec succès, il est devenu le centre des achats pour tout le Palatinat et la Sarre (60 producteurs y ont un box).

Le marché de Cologne est un modèle ; il a été terminé en 1961 remplaçant le marché coopératif rasé en 1943 par les bombardements. Les membres de l'ancien marché ont apporté environ le quart du financement. Le marché comprend un parking de 20.000 m², un hall de 3.200 m² et 400 m² de bâtiments administratifs. Il y a 142 postes de vente de grossistes de fleurs et une vingtaine de postes pour les producteurs de plantes en pots. Le marché est complété par une banque, une poste, des magasins de fournitures d'horticulture, un restaurant, un frigorifique. L'ensemble des bâtiments est climatisé. Seuls les détaillants ont accès aux stands de vente ; le public n'est pas admis. Les acheteurs viennent de Cologne, mais aussi de Bonn et Leverkussen. Si la vente se réalise de gré à gré, aucun paiement en espèces n'est toléré, toutes les factures sont transmises à la banque qui réalise les opérations. Cologne est le seul marché allemand où fonctionne un tel système. Toutefois l'expansion de ce marché de gros est gênée par la présence des enchères de Neuss. Le chiffre d'affaires est tout de même passé de 8,9 millions de D.M. en 1956 à 16,5 millions en 1961, à 26,1 millions en 1965, c'est-à-dire connaît une progression de l'ordre de 13 % par an environ.

Le marché de Hambourg, inauguré le 2 novembre 1965, a coûté 200.000 marks mais « *il permet la vente en grandes quantités d'un assortiment irréprochable de qualité uniforme* » ; mais l'installation de la vente au cadran a attiré un plus grand nombre de producteurs qui boudaient jusque-là la vente traditionnelle. Le nouveau marché de Francfort inauguré au début de 1966 possède un hall de 2.835 mètres carrés réservé à 220 négociants et producteurs. Le marché de Neuss aux portes de la Ruhr demeure le pivot de la commercialisation des fleurs coupées en Allemagne rhénane. En effet il permet l'écoulement d'une part importante de la production de l'Allemagne fédérale et il dispose d'un réseau de ramassage des produits qui en fait sa force. L'essentiel de son trafic est constitué par les œillets (24 % du total commercialisé), les tulipes (22 %) et les chrysanthèmes (11 %). Le chiffre d'affaires est passé de 13 millions de D.M. en 1960 à 24 millions en 1963 et 34 millions en 1965.

Appuyé par une production régionale qui demeure importante, le commerce de redistribution utilise de plus en plus les importations. Ces dernières subissent d'importantes variations annuelles. La principale période se place en fin d'année où en deux semaines se traitent 20 à 25 % des transactions internationales de l'année. Le printemps et l'automne sont des périodes pendant lesquelles l'approvisionnement local est régulier et où un complément de marchandise est recherché auprès des floriculteurs néerlandais, italiens et français. Pendant l'été, la production nationale est le plus en verve ; les relèvements de droits de douane à ce moment gênent les importations et pour certaines fleurs tout appel à l'étranger est interdit. En réalité la demande intérieure est supérieure même en été à l'offre nationale et, de moins en moins, l'administration impose un contingentement aux importations. Belle occasion pour

les Néerlandais d'envahir le marché allemand. Les Danois et les Néerlandais couvrent ainsi l'essentiel de l'approvisionnement de juillet et août, bien que de Pescia partent de grosses expéditions d'œillets et de glaïeuls. Les droits frappant l'importation des œillets et la réglementation phytosanitaire très stricte touchant les roses gênent les envois de France et d'Italie atteints à ce moment-là par des fortes chaleurs qui favorisent la multiplication du pou de San-José. Aussi les roses d'Aalsmeer sont vendues plus facilement que celles venues des rivages méditerranéens.

Gros importateurs, les Allemands sont occasionnellement des exportateurs vers leurs voisins immédiats. Les Scandinaves et les Suisses sont parfois approvisionnés en été par des fleurs allemandes. Les producteurs de plantes en pots sont véritablement les seuls capables de vendre d'une manière continue leur marchandise à l'étranger, mais ils restent cependant tributaires pour leur approvisionnement en jeunes plantes des Pays-Bas, du Danemark et de la Belgique. La clientèle allemande s'intéresse à des coloris différents de ceux appréciés par les Britanniques et les Scandinaves. De la sorte les grossistes ne s'adressent qu'à des fournisseurs habitués à travailler pour eux. La Ligurie, la région de San Remo en particulier, s'est fait une spécialité dans les plantes en pots et surtout les fleurs coupées destinées au marché allemand. Les petits œillets à tige robuste de couleur pâle, conviennent aux Allemands du Sud bien que la région munichoise cultive des œillets aux teintes plus vives ; les roses à bouquets sont également une spécialité des horticulteurs ligures. Seuls les Allemands les achètent. Aussi le marché allemand est-il particulièrement complexe puisque les habitudes d'achat varient selon les régions. L'étude d'une situation de marché relative à l'Allemagne du Sud le prouve.

3° L'exemple d'une campagne de vente.

En septembre 1965 le marché est caractérisé par l'absence de demande, par contre l'offre néerlandaise a brusquement augmenté. Les producteurs néerlandais par l'intermédiaire des veilingen ont été contraints de baisser leurs prix pour trouver un débouché pour leurs fleurs. Ils ont fortement diminué leurs prétentions pour le prix des roses et des œillets. Les importateurs de Munich, Nuremberg et Stuttgart ont pu acheter des roses d'Aalsmeer à des prix intéressants, mais ils n'ont pu ensuite écouler toutes leurs disponibilités. En Italie, par contre, les prix demandés n'ont pas changé, puisqu'en cette fin d'été aucune modification climatique n'est intervenue, de sorte que les importations en provenance d'Italie ont été notablement réduites. Les seuls envois italiens ont été constitués par des feuillages ornementaux. Enfin l'approvisionnement des fleurs par la production locale a été restreint ce qui a permis de maintenir les cotations de la période.

En octobre, le temps est resté favorable jusqu'au 22, *contrairement à ce qui avait été prévu.* Les disponibilités de la production locale ont été encore importantes, les cultures sous serre donnant l'essentiel de la commercialisation. Les fleurs coupées bavaroises ont donc suffi à satisfaire la demande locale. Les chrysanthèmes sont évidemment l'espèce la plus représentée sur les marchés mais on trouve aussi des œillets, des roses, des gerberas, des iris, des glaïeuls. Le marché est cependant alimenté également par de petites commandes à l'étranger. D'Italie sont arrivées les premières livraisons d'œillets, dans les variétés Sim, les petites fleurs à bouquets, comme les violettes, et les feuillages (laurier, eucalyptus et piments à bouquets). Les prix italiens très intéressants pour la saison produisent en fin de mois un afflux de commandes en Ligurie en prévision des fêtes de la Toussaint. En effet du 23 au 29 les conditions climatiques sont encore plus favorables que précédemment. Les températures nocturnes ne sont pas descendues au-dessous de zéro degré centigrade au point que quelques fleurs de plein air ont pu trouver un bon écoulement sur le marché. Les roses de plein air ont cependant disparu et sont remplacées par celles des cultures sous serre. La fourniture par les horticulteurs de banlieue d'une plus grande quantité de fleurs a empêché les importations de prendre l'énorme ampleur habituelle de fin octobre. Œillets et feuillages italiens ont constitué l'essentiel des envois, et les fleurs à bouquets sont plus diverses ; les anémones, les renoncules et les narcisses sont maintenant livrées. Le marché de gros de Munich présente des cours en hausse à l'approche de la Toussaint, les plantes en pots conservent un cours élevé pour la période.

Cette situation favorable pour le commerce floral et la production locale n'a pas dépassé le cap des fêtes de la Toussaint. Une vague de froid a déferlé sur la Bavière dans la première décade de novembre, le thermomètre a atteint — 10°,8 C et par là-même toute la production locale de plein air a disparu. Les cultures de serre ont résisté mais les fleurs ont atteint des prix plus élevés. Le marché a été essentiellement approvisionné par les fleurs italiennes de la Riviéra et à un moindre degré de la Toscane. Les fleurs apparues en fin octobre sont encore toutes au calendrier de production avec en plus les tubéreuses et les petites roses. Les prix moyens sont en hausse par rapport au début de novembre. Les livraisons néerlandaises sont très faibles en raison du froid et de la baisse normale de production en automne, surtout après les forçages d'octobre. Les roses seules sont abondantes dans les variétés recherchées et ont trouvé preneur à des prix élevés. Les plantes en pots ont moins d'acheteurs, d'autant plus que les chrysanthèmes en pots sont moins demandés après la Toussaint et engorgent le marché ; les azalées tentent davantage la clientèle. De nouveaux fournisseurs sont entrés en lice. Israël a opéré des envois de glaïeuls, le Danemark a expédié de l'asparagus *Plumosus* qui s'est trouvé en concurrence avec le *Springeri* italien. Ainsi du fait du froid, la situation est très satisfaisante sur le marché de l'Allemagne du Sud ; toutes les disponibilités en roses et œillets ont pu être intégralement écoulées à des prix améliorés et cette conjoncture a été très favorable aux Italiens.

A partir du 20 novembre, le calme relatif du marché a été perturbé jusqu'au 26 par les deux fêtes traditionnelles de sainte Elisabeth et de sainte Catherine. Le volume des affaires en fleurs coupées a brusquement augmenté. Le froid ayant ralenti les productions locales et néerlandaises, l'importation des œillets italiens est devenue massive. L'œillet italien est très apprécié à ce moment pour sa robustesse et son excellente qualité. Les roses des serres allemandes et néerlandaises ont atteint des prix prohibitifs ; les Baccara ont coté 1,5 D.M. pièce, les fleurs à bouquets italiennes se sont bien vendues et les grossistes importateurs ont passé de nouvelles commandes aux expéditeurs de San Remo en prévision du premier dimanche de l'Avent qui amène toujours une augmentation des ventes.

Les fêtes de fin d'année n'ont pas été marquées par des transactions très actives parce que les producteurs locaux ont fourni l'essentiel de la demande. Désormais la campagne a été beaucoup plus atone. La fin de l'hiver a été occupée par le carnaval bavarois. Le froid très vif a fait pratiquement disparaître la production locale mais aussi a fortement diminué les possibilités d'importations de fleurs italiennes. Les commerçants ambulants, qui représentent une part importante des ventes, ont disparu de l'angle des rues et peu d'acheteurs ont pénétré dans les magasins des fleuristes. La demande s'est portée de préférence vers les fleurs de second choix, plus abordables par leurs prix. Les Italiens ont fourni la plupart de ces fleurs et dans toutes les variétés. Quelques fleurs coupées de bulbes néerlandais ont été vendues. Les serres du Nord, autour de Pinneberg ont d'ailleurs contribué à ralentir le courant d'exportation néerlandais car les serres du Schleswig abritent surtout des cultures de bulbes.

Pendant le mois de mars 1966 le temps instable a créé un certain malaise dans le commerce floral. En Italie, toujours principal fournisseur étranger, le mauvais temps a empêché le ramassage en plein air et les expéditeurs italiens ont proposé leur marchandise à des prix très variables. Souvent les grossistes allemands ont téléphoné à Nice ou attendu les avions d'Afrique dans l'espoir de trouver une marchandise à meilleur compte. Les prix italiens, tout en dessinant des dents de scie, sont allés à la hausse pendant tout le mois. Les cultures de bulbes en Allemagne ont fourni des fleurs plus tôt que prévu et dès février sont apparues sur le marché les tulipes et les narcisses, les conditions météorologiques étant responsables de cet avancement de la floraison. Le marché s'est ainsi trouvé relativement engorgé ; les autorités allemandes ont fermé la frontière dès le 9 mars aux tulipes étrangères pour éviter un effondrement des prix nationaux. Les Néerlandais ont été évidemment les principales victimes de cette décision protectrice. Cela n'a pas empêché le prix des tulipes de fléchir pendant tout le mois. Les œillets Sim de serre ont profité de l'aubaine et ont bénéficié de bons prix, de même que les roses néerlandaises et françaises. Tous les exportateurs européens et Israël se sont trouvés représentés sur les marchés allemands en mars et dans l'ensemble un relatif équilibre s'est établi entre l'offre et la demande accrue en raison des fêtes de saint Thomas, sainte Gertrude, saint Joseph et sainte Mathilde. Pendant trois semaines la

région de Cologne a bénéficié d'un temps printanier favorable à la floraison sous serre, le gel l'a ralentie en fin de mois ce qui explique le gonflement des expéditions néerlandaises de roses. Les prix italiens dans l'ensemble ont augmenté de 30 à 35 % par rapport à l'année précédente à même époque, c'est sans nul doute la conséquence de mauvaises conditions atmosphériques sur le bassin méditerranéen.

A la faveur d'un exemple de campagne horticole on saisit tout l'ensemble des éléments constitutifs du marché allemand. Tantôt la production locale l'emporte, puis disparaît sur un coup de froid, libérant ainsi les expéditions italiennes, tantôt des conditions atmosphériques défavorables, provoquant la variation des prix à San Remo, permettent à la production de serre néerlandaise ou à la lointaine floriculture israélienne de pénétrer sur le marché intérieur allemand. Ainsi les trois types de floriculture contribuent à alimenter la consommation de l'Allemagne fédérale.

4° Le commerce allemand.

Six pays assurent à l'Allemagne l'essentiel de son approvisionnement en produits ornementaux, ce sont l'Italie, les Pays-Bas, la Belgique, le Danemark, la France et l'Espagne. L'Italie et les Pays-Bas fournissent les quatre cinquièmes du total. L'Italie, vendeur dynamique, est en passe de retrouver son premier rang occupé avant la guerre. Depuis lors les Pays-Bas sont le premier fournisseur. Les exportateurs néerlandais semblent perdre leur primauté car s'ils assuraient 85 % des importations allemandes en 1950 ils ne couvraient plus que 22,7 % des œillets importés en 1967 contre 37 % quatre ans plus tôt. Ils conservent néanmoins un poste important pour la fourniture des roses et surtout des bulbes, l'Allemagne représentant, en ce domaine essentiel, leur principal client. La France est avec la Belgique, le Danemark et l'Espagne un fournisseur plus modeste. En effet les contingents expédiés ne représentent que le dixième des livraisons italiennes ou néerlandaises. Chacun de ces quatre pays envoie des fleurs assez différentes au point que la concurrence entre eux est faible. Les Belges livrent surtout des plantes en pots et des fleurs coupées en été. Les azalées restent un élément important de leur commerce extérieur. Les Danois fournissent des feuillages ornementaux, en particulier de l'asparagus, mais aussi des plantes en pots. Les Espagnols restent spécialisés dans la livraison des œillets de qualité courante pour la vente en supermarché. Les Français ont toujours un monopole sur les expéditions de mimosa, sur quelques fleurs de qualité, roses et œillets, mais les courants d'expédition ne sont vraiment notables qu'en période de crise en Ligurie, fait assez exceptionnel.

Les statistiques d'importations allemandes sont faussées par des marchandises de poids élevé et de valeur faible, comme les sapins de Noël, les branches de résineux préparées, les feuillages coupés, houx et hêtre. Dans l'ensemble les Italiens sont les principaux fournisseurs en hiver, les Néerlandais et les Danois en été. Voici d'ailleurs la part respective des différents pays fournisseurs pour 1964 : Pays-Bas 18,5 millions de dollars américains, Italie 16,7 millions, France 1,6, Espagne 0,7, Danemark 0,4, Belgique 0,02. Le total des importations allemandes s'est élevé cette année-là à 38.680.000 dollars tandis que la population allemande a acheté pour 1.300 millions de D.M. de produits ornementaux.

En réalité le marché allemand est de plus en plus déficitaire et les importations sont passées de 129,4 millions de D.M. en 1957 à 204 en 1960, 288,5 en 1962 et à 360 millions en 1964. Les très faibles exportations de plantes en pots à destination de la Suisse et des Pays-Bas (véritable commerce de produits demi-finis) ne compensent absolument pas les énormes sommes consacrées aux achats extérieurs :

	Importations	Exportations
	(En millions de dollars)	
1960	48,7	3,1
1963	72,5	3,8
1964	90	4,6

L'enrichissement généralisé de la clientèle allemande pousse à une augmentation de la consommation de produits ornementaux. La rivalité italo-néerlandaise reste très vive pour le maintien des positions acquises.

Le tableau suivant indique les importations de fleurs coupées de la République fédérale de 1959 à 1964. Les exportations italiennes dans cette période ont augmenté de 26.770 quintaux (+ 70 %) mais pendant ce temps les importations totales allemandes ont augmenté de 66.895 quintaux (soit + 95,1 %). L'Italie qui en 1959 couvrait 54,7 % des importations allemandes tombe en 1964 à 47,5 %.

Importations de fleurs coupées en R.F.A.

		1959	Pourcentage	1964	Pourcentage
Italie	Quintaux	38.428	54,7	65.198	47,5
	Millions D.M.	33.552	51,1	65.917	42,4
Pays-Bas	Quintaux	23.977	34,1	55.903	40,7
	Millions D.M.	25.595	39	74.292	47,8
France	Quintaux	3.772	5,3	7.738	5,6
	Millions D.M.	2.896	4,4	6.823	4,4
Espagne	Quintaux	2.886	4,1	2.931	2,1
	Millions D.M.	2.406	3,7	2.897	1,8
Afrique du Sud	Quintaux	—	—	2.588	1,9
	Millions D.M.	—	—	2.146	1,4
Danemark	Quintaux	1.033	1,4	1.721	1,2
	Millions D.M.	959	1,4	1.741	1,2
Autres pays	Quintaux	179	0,2	1.091	0,8
	Millions D.M.	168	0,2	1.441	0,9
TOTAL	Quintaux	70.275		137.170	
	Millions D.M.	65.576		155.257	

Les apports des Pays-Bas se sont accrus de 133 % et leur incidence sur les importations totales allemandes est passée de 34,1 % à 40,7 %. A la troisième place vient la France qui tout en ayant doublé les quantités exportées et obtenu le triple en valeur n'a pu que consolider sa part dans les importations allemandes. L'accroissement des importations de fleurs coupées en provenance des Pays-Bas, déjà principaux fournisseurs de bulbes et de feuillages ornementaux, préoccupe l'Italie. L'Italie en effet est le premier fournisseur du marché allemand en œillets avec 46.112 quintaux en 1964 contre 17.090 quintaux en provenance des Pays-Bas et 3.939 quintaux de France. Sur les livraisons totales de chaque pays, les œillets représentent 65,4 % pour l'Italie, 30,5 % pour les Pays-Bas et 50,9 % pour la France. Il apparaît ensuite que les Pays-Bas sont les premiers fournisseurs de roses (14.103 quintaux) en 1964. L'Italie vient en deuxième place (3.099 quintaux en 1964). Pour cette même année, les roses représentaient 25,2 % des livraisons totales néerlandaises contre 4,6 % des apports italiens et 1,8 % de ceux en provenance de France.

Importations allemandes (en millions de D.M.) (*)

	1957	1960	1962	1964
Bulbes	49,4	74	98	—
Plantes	21,9	26,9	31,3	—
Fleurs	44,5	79,1	128,4	—
Feuillages	13,6	24,1	30,8	—
TOTAL	129,4	204,1	288,5	360

(*) Bulletin *C.N.C.E.* 7/1963.

Détail des importations en 1962

Œillets	59	millions de D.M.	Fleurs séchées	0,73 million	de D.M.
Roses	15,6	—	Asparagus	18,8 millions	de D.M.
Fleurs de bulbes	12,5	—			
Autres fleurs	30,6	—	Feuillages séchés ...	6,4	—

Les Pays-Bas se sont efforcés d'accroître leurs exportations vers l'Allemagne de productions typiques comme les tulipes, narcisses et freesias ; l'incidence des fleurs est ainsi passée de 2,8 % en 1959 à 18,06 % en 1964 pour ces trois espèces. L'augmentation quantitative a été plus grande que pour les autres fleurs. La baisse de l'importance relative des roses enregistrée entre 1959 et 1964 dans les livraisons italiennes (— 0,7 %) et dans celle en provenance des Pays-Bas (— 5,8 %) montre que la concurrence d'autres pays est intervenue. L'extension de la production allemande ne peut à elle seule expliquer en effet cette diminution, due pour une large part aux importations pendant l'hiver de roses de plein air de l'Afrique du Sud. Les livraisons néerlandaises ont bénéficié d'une augmentation relative en valeur plus importante que les tonnages correspondants. Les importations allemandes en provenance d'Italie ont connu pendant la même période une évolution très variable. Les incidences climatiques ont provoqué des récessions (— 27 % en valeur en 1963 sur 1962) ou des progrès spectaculaires (+ 55 % en valeur en 1964 sur 1963, mauvaise année il est vrai). Il en a été de même en France et en Espagne où les dégâts occasionnés par le mauvais temps et le gel aux cultures ont été importants, tandis que les Pays-Bas et le Danemark échappaient grâce à leurs serres à cette catastrophe.

La preuve de l'efficacité commerciale néerlandaise est apportée par le fait que les Pays-Bas réussissent à vendre à des prix plus élevés que l'Italie. La comparaison des prix franco-frontière des livraisosn des principaux pays fournisseurs montre en ce domaine l'avantage italien :

	Prix moyen, franco frontière, des œillets (En DM, le quintal)		
	Pays-Bas	Italie	Différence
1959	1.085	869	— 216
1960	1.088	851	— 237
1961	1.045	950	— 95
1962	1.168	1.049	— 119
1963	1.279	924	— 366
1964	1.253	1.020	— 233

En 1964 on constate une différence de 233 D.M. par quintal parce que les Pays-Bas cultivent essentiellement des œillets américains sous serre et obtiennent une qualité plus constante que celle de l'Italie. L'Italie dispose de nombreuses variétés dont les couleurs et la durée de conservation devraient largement les faire préférer, même à des prix plus élevés. Les motifs du succès néerlandais semblent trouver leur explication dans une plus grande standardisation de la qualité grâce à la production sous serre, dans des prix plus réguliers déterminés en partie par le manque de risques atmosphériques et surtout par le contrôle sur les prix à l'exportation, rendu possible par l'organisation collective du commerce. L'absence de parasites, ou tout au moins l'idée que les Allemands admettent le principe que les fleurs néerlandaises ne sont pas contaminées, est un argument de poids. L'intervention à certaines époques sur le marché allemand de firmes exportatrices italiennes peu sérieuses discrédite en partie les exportations italiennes. La floriculture italienne qui dispose de l'avantage des prix doit, pour triompher de la concurrence néerlandaise sur le marché allemand, améliorer la qualité des produits de façon à neutraliser les effets de la standardisation néerlandaise. La recherche de prix plus stables devrait conduire à un assainissement du marché.

Pour les roses, les différences de prix sont plus nettes. Malgré des prix plus constants

que ceux des œillets, les Italiens retrouvent la concurrence des Néerlandais. Tandis que les Allemands importent 14.103 quintaux des Pays-Bas et 3.009 quintaux seulement d'Italie, les prix italiens demeurent plus bas.

	Prix moyen, franco frontière, des roses (En DM, le quintal)		
	Pays-Bas	Italie	Différence
1959	1.123	968	— 55
1960	1.161	975	— 185
1961	1.124	1.094	— 30
1962	1.311	1.242	— 69
1963	1.428	1.037	— 391
1964	1.467	1.098	— 369

L'avantage pris par les Néerlandais sur le marché allemand n'existe pas seulement pour les roses et les œillets mais pour toutes les espèces. Voici l'évolution des prix moyens franco-frontière pour l'ensemble des produits et par pays fournisseurs :

	1959	1964
Italie	873	1.011
Pays-Bas	1.067	1.328
France	767	881
Espagne	832	988
Afrique du Sud	—	829
Danemark	938	1.011
Autres pays	988	1.320
Prix moyen	933	1.131

Les prix moyens des fleurs néerlandaises et celles des petits producteurs sont donc les plus élevés. Le prix moyen des fleurs venues d'Afrique du Sud, en raison du coût très élevé du transport par avion, compte tenu de la distance, se maintient relativement bas. Les produits africains exportés, pour un total de 2.588 quintaux en 1964 sont en grande partie des roses Baccara et Superstar et des glaïeuls. Devant des prix aussi bas malgré les frais de transport, les producteurs du Marché Commun réclament l'insertion dans le règlement communautaire des fleurs de clauses de sauvegarde vis-à-vis des pays tiers.

Les principaux marchés allemands sont situés dans la vallée du Rhin qui a été la première à profiter du renouveau économique allemand. A l'heure actuelle le Sud et surtout l'agglomération hambourgeoise connaissent le taux le plus élevé d'expansion dans la consommation des produits ornementaux On peut donc s'attendre à une modification partielle des courants commerciaux qui draineront vers le Nord une part grandissante des importations. Le Sud, en développant sa production régionale, risque de stabiliser, au taux actuel, le commerce floral. Les producteurs de Bavière en particulier pourront peut-être faire face à l'accroissement de la demande régionale.

Enorme marché de consommation, disposant d'un réseau d'approvisionnement exceptionnel, l'Allemagne fédérale est le type achevé des grands pays industrialisés consommateurs d'une importante quantité de produits horticoles. Le bilan d'un tel marché ne laisse pas d'étonner : les achats à l'étranger s'amplifient, la floriculture nationale est de plus en plus déficitaire. Est-ce la preuve de l'incapacité des régions septentrionales de l'Europe, même si elles ont à leur disposition une technique et une infrastructure de production exceptionnellement développées, de faire face à une grosse consommation ? On pourrait imaginer l'amplification de la production dans la plupart des entreprises, ou bien une extension rapide des surfaces florales, ou même la conquête de débouchés fixes dans le pays. Il n'en a rien été, et les Néerlandais et les Italiens au contraire trouvent dans les pays germaniques un marché toujours plus vaste. Est-ce l'amorce d'une tendance profonde, ou bien au contraire une conjoncture passagère ? Il est difficile de le dire.

3. Le marché belge

La Belgique conserve sur le plan international une grande importance, même si certaines productions horticoles rencontrent des difficultés croissantes dans la commercialisation. Les Belges ont deux groupes de production, les fleurs coupées et les plantes en pots. Les deux catégories sont du ressort presque exclusif de la culture sous serre. Les fleurs coupées sont destinées à la consommation nationale et une infime partie est exportée. La production belge en effet ne débute qu'en avril et, se poursuivant tout l'été, s'interrompt suivant les espèces à la fin de l'automne ou au début de l'hiver. La production est commercialisée dans trois marchés qui fonctionnent selon le système des veilingen néerlandaises, à Bruxelles, Alost et Anvers. Les plantes en pots, dont la production est surtout localisée dans la région gantoise est, elle, traditionnellement tournée vers les exportations.

De nouveaux concurrents (cf. Marché des plantes en pots) produisent en quantités plus abondantes, et avec d'autres méthodes, des plantes qui trouvent aisément un débouché dans les pays germaniques et scandinaves. Les Belges néanmoins conservent une grande importance dans le marché des azalées, des cyclamens et des bégonias, même si ces deux dernières espèces se vendent moins bien que par le passé. Les exportateurs belges trouvent surtout à écouler de jeunes plantes qui sont ensuite élevées et forcées autour des centres de consommation par d'autres entreprises qui retirent plus de bénéfices que les Belges dans cette dernière opération. La situation de la Belgique et plus particulièrement de la Flandre, principale région horticole, est telle qu'elle possède dans un rayon de deux cents kilomètres, bien drainé par un réseau d'autoroutes, d'énormes agglomérations : toutes les villes belges et néerlandaises, mais aussi les grandes villes du nord de la France et même Paris, puis la vallée moyenne du Rhin allemand. Les prix de livraisons par camions ne sont pas trop élevés et permettent de maintenir la présence belge sur tous les marchés des métropoles d'Europe occidentale. Toutefois des concurrents de plus en plus hardis ont trouvé une clientèle fidèle qui oublie de passer commande aux Belges. Mais la publicité vient au secours des Flamands et les floralies gantoises contribuent largement à maintenir le renom des plantes belges, tout en constituant un attrait touristique non négligeable.

La forte consommation de fleurs coupées en Belgique pendant l'hiver intéresse tous les producteurs de la Méditerranée et dans une moindre mesure les Néerlandais. La production méditerranéenne arrive à un moment où les plantations belges de serre et de plein air ne comblent plus qu'une partie de la demande. Français et Italiens se sont longtemps partagé les faveurs des importateurs belges. Les œillets et les roses, le mimosa et les feuillages ornementaux provenaient des rivages de la Méditerranée. Depuis quelques années ces circuits traditionnels rencontrent un nouveau et très redoutable concurrent, l'Espagne. La présence en Belgique d'une reine d'origine espagnole n'a pas été un des moindres éléments de propagande en faveur des commandes vers la Catalogne. Les œillets espagnols expédiés par avion à Bruxelles ou Ostende-Middelkerke, s'écoulent régulièrement, d'autant plus que leur forme et leur couleur répondent bien aux désirs de la clientèle belge.

Le prix de vente des fleurs espagnoles est souvent très avantageux et impose donc ces fleurs au détriment des envois italiens et français, même si les exportateurs de San Remo consentent quelques sacrifices sur le marché belge pour conserver leur clientèle d'acheteurs. Dès le printemps, il devient difficile pour les producteurs du midi européen de vendre des fleurs en Belgique. La production locale démarre et la fraîcheur des fleurs en même temps que l'ajustement des prix éliminent les fleurs importées. Les fleurs néerlandaises arrivent aussi en cette période.

L'essentiel du commerce de redistribution des fleurs est réalisé par les veilingen. Celle d'Alost, la Flora, la plus récente et la plus moderne, fonctionne depuis 1961. La salle de vente de 350 mètres carrés comporte une tribune avec 216 sièges, chacun relié par parlophone avec le chef de vente. Quatre cabines téléphoniques équipées également de parlophone et donnant une vue directe sur les cadrans facilitent le commerce international en permettant aux

négociants de suivre les cours pratiqués simultanément à Bruxelles, Aalsmeer, Hambourg, San Remo et Paris. Les cadrans électriques, reliés à des machines électroniques, établissent immédiatement toutes les opérations commerciales. Les apports en fleurs proviennent de deux cents producteurs associés à la Coopérative ; ils exploitent des entreprises dont la surface moyenne est de 1.500 mètres carrés couverts et chauffés. Tous sont propriétaires-exploitants. Leur répartition géographique est comprise dans un triangle Alost-Termonde-Asse. La quasi totalité de leurs fleurs est commercialisée en Belgique.

Les trois veilingen ne commercialisent pas toute la production des fleurs coupées belges. Environ le quart du total est vendu directement par les horticulteurs aux marchands grossistes ou aux fleuristes des grandes villes. Nous sommes bien là dans une horticulture péri-urbaine étroitement liée au marché local. La commercialisation des produits horticoles ornementaux en Belgique a fourni les chiffres d'affaires suivants :

	1961	1962	1963
	(En milliers de francs belges)		
Azalées	213.802	247.219	295.815
Plantes	196.550	208.845	182.467
Bulbes à fleurs	140.847	168.578	222.676

La Belgique exporte en moyenne 60 à 70 % de la production de plantes en pots, soit une valeur de 600 à 700 millions de francs belges par an.

En dehors de ces produits traditionnels de la floriculture, la Belgique conserve une importante plantation de jeunes arbres et d'arbustes d'ornement. Elle ne réussit à figurer sur les tables d'exportation que dans le domaine des rosiers, mais ne permet pas aux concurrents de vendre en quantités notables sur son territoire les autres produits de la pépinière. Les rosiers belges sont surtout expédiés vers l'Amérique du Nord et plus rarement aux partenaires de la Belgique dans le Marché Commun.

4. Le marché suédois

Plus un pays possède un haut niveau de vie moyen par habitant, plus il est un client important pour les floriculteurs européens. La Suède vient en tête de ces pays, grâce à un pouvoir d'achat élevé, à des méthodes modernes de commercialisation et par suite des difficultés rencontrées par la production horticole nationale. La position de la Suède au nord de l'Europe la dessert sans aucun doute car les grandes zones floricoles sont très lointaines, les régions méditerranéennes en particulier. Les Suédois sont de gros consommateurs de fleurs (trois fois plus en valeur que les Allemands, 14 F contre 5 F en 1964 par habitant) ainsi que de plantes ornementales vertes et fleuries ; l'environnement naturel ne leur permettant pas de profiter souvent de la nature, trop longtemps enneigée. Fréquemment, plusieurs fois par semaine en tout cas, les ménagères suédoises achètent de une à cinq fleurs garnies de feuillages pour égayer l'intérieur de leur maison. Le chauffage très puissant dans les appartements ne leur permet guère de conserver longtemps les fleurs fraîches.

De fortes dépenses sont aussi consacrées à l'achat de fleurs-cadeau, qui peuvent représenter, pour une visite, de 5 à 10 francs. La ménagère dépense en moyenne une couronne et demie par semaine pour les produits horticoles dans les villes. Il est normal dans un pays de grisaille que les fleurs aux coloris les plus vifs soient recherchées de préférence. Rouge et jaune vifs sont des coloris appréciés, tandis que les Suédois consacrent le blanc aux décorations mortuaires, à la différence des autres peuples scandinaves. En Suède les grosses

fleurs sont achetées de préférence aux petites, les branches volumineuses sont très prisées. Le mimosa méditerranéen a ainsi un débouché largement assuré (36 tonnes de mimosa ont été expédiées par les Alpes-Maritimes en 1962 en Suède). Les œillets américains, et même les gros œillets crevards, parfois bagués pour mieux retenir les pétales, complètent l'assortiment. Les Suédois, comme la plupart des populations septentrionales, consomment beaucoup de fleurs qui sont faiblement commercialisées dans les autres régions de l'Europe. Les chrysanthèmes à petites fleurs, les freesias, les marguerites, toutes fleurs aux couleurs vives, sont très appréciés.

Les prix des fleurs au détail restent très élevés par rapport aux autres régions européennes (cf. Etude sur les prix). Les magasins de fleuristes en effet ont l'habitude de proposer des fleurs chères à la clientèle ; les kiosques installés dans les artères les plus passantes sont également très bien achalandés en fleurs de bonne qualité et relativement onéreuses. Seuls les magasins d'alimentation vendent à des prix inférieurs des fleurs plus courantes. Les chaînes de supermarchés, en s'approvisionnant auprès de tous les organismes de production d'Europe, proposent une marchandise à meilleur compte qui n'est pas pour autant de qualité inférieure.

La constitution du réseau d'approvisionnement suédois est assez exceptionnelle pour qu'elle mérite d'être soulignée. Quelques grossistes importateurs réalisent l'essentiel du commerce des fleurs. Ils sont renseignés en permanence sur les cours des fleurs européennes. Par téléphone ils sont chaque jour en liaison avec Copenhague et Aalsmeer ; pour les feuillages comme pour les fleurs coupées ils sont ainsi assurés de pouvoir vendre malgré la concurrence des prix pratiqués sur les marchés de production nationaux. Le télégramme et même le téléphone leur permettent de savoir, plusieurs fois par semaine, l'évolution des cours à San Remo et à Nice. De la sorte ils peuvent passer commande immédiatement sur les places de commerce où les prix sont les plus avantageux. Les livraisons de fleurs, même méditerranéennes, sont d'autant plus rapides que pour la Suède neuf dixièmes des envois empruntent l'avion, pour des raisons de distance mais aussi pour éviter les ruptures de charge. En moins de vingt-quatre heures, compte tenu des formalités phytosanitaires et douanières, les fleurs sont redistribuées en Suède. Le réseau intérieur de transports aériens joue à cet égard un rôle important.

Les fleuristes suédois ont également la possibilité de s'approvisionner sur des marchés de gros de production locale où les horticulteurs apportent leurs fleurs et leurs plantes. A Arsta, près de Stockholm, fonctionne un marché particulièrement actif ; les halles d'Oxie également sont remarquables par leur organisation. Les trois principaux marchés de gros sont ceux de Stockholm-Arsta, Göteborg et Malmö, mais il en existe également à Gävle au nord de la capitale, Hälsingborg, Noorköping, Orebro et Lindköping. Le marché d'Arsta près de Stockholm, à 7 kilomètres de l'aéroport de Bromma et relié à la gare ferroviaire d'Alvjö réserve 6.000 mètres carrés pour la vente des produits ornementaux. Les halles d'Oxie près de Malmö ont été organisées selon le type des veilingen néerlandaises et fonctionnent à la satisfaction de tous les usagers.

Le commerce extérieur suédois est à la fois importateur et exportateur. Les exportations suédoises sont en réalité constituées de feuillages ornementaux, dont le principal provient de l'extrême nord, c'est la Cladonia de renne. Des bulbes sont également expédiés vers les pays germaniques et surtout la Norvège et la Finlande. Une autre part importante, celle des plantes en pots, est essentiellement dirigée vers les deux voisins de la Suède. La croissance rapide en ce domaine de la production danoise a arrêté les possibilités d'exportation des Suédois, au point que la capitale Stockholm est alimentée en plantes en pots livrées par camions par les Danois. Les Suédois s'efforcent d'amplifier leur production de bulbes car ce secteur constitue l'essentiel de leurs dépenses à l'étranger dans la catégorie des produits ornementaux. Les fleurs coupées, par contrecoup, progressent en pourcentage et en valeur dans l'éventail des importations. Comme les Néerlandais sont à la fois fournisseurs de bulbes presque exclusifs, même si l'on tient compte des ventes danoises, et de fleurs coupées, hiver comme été, ils occupent de loin la première place dans le commerce extérieur suédois ; 55 à 65 % selon les années leur reviennent.

Viennent ensuite les producteurs méditerranéens, les Italiens surtout. Les pays nordiques, Allemagne fédérale, Danemark, représentent plus en valeur que les livraisons italiennes, c'est l'indice de la vitalité de ces horticulteurs mais la preuve que les Italiens sont gênés par l'insuffisance et la longueur du réseau de communications. Par ailleurs les Germaniques livrent surtout des produits pondéreux, plantes vertes, feuillages, bulbes, tous éléments qui, venus du midi européen, seraient trop chers. Les Allemands envoient également des plants des pépinières qui transitent par le Danemark ou plus simplement empruntent la voie maritime jusqu'à Göteborg ou Stockholm.

Les Belges s'intéressent de près au débouché des plantes en pots, azalées et cyclamens surtout, et avec d'autant plus d'acuité que leur situation commerciale est devenue difficile. Il leur faut rivaliser avec les Danois sur tous les marchés de l'Europe du Nord. Les Suédois qui achètent des branches de cyclamen fleuries offrent ainsi un débouché important aux producteurs flamands. Cependant les Suédois, conservant l'habitude de taxer les plantes et les fleurs à l'entrée de leur territoire en fonction du poids et non pas de la valeur, donnent l'avantage aux producteurs les plus proches qui n'ont pas à supporter des frais de transport élevés.

Dans son ensemble le marché suédois reste largement ouvert au commerce européen. Les circuits de distribution s'appuyant de plus en plus sur les chaînes de magasins succursalistes offrent la possibilité d'un approvisionnement d'autant plus régulier qu'il dépend de contrats de vente. Les producteurs méditerranéens, victimes à certains moments de l'année d'une floraison pléthorique, devraient envisager de nouer des relations commerciales étroites avec les centrales d'achats suédoises qui leur offriraient sans aucun doute une possibilité d'écoulement de leurs excédents.

5. Le marché suisse

Grâce à une position exceptionnelle en Europe, la Suisse est particulièrement bien placée pour son alimentation en produits horticoles. Située à faible distance des régions de production méditerranéenne capables de l'approvisionner par les trois moyens de transport utilisés dans le commerce floral, et profitant de la proximité relative des Pays-Bas, susceptibles de lui adresser par les mêmes moyens de transport plantes et fleurs coupées, la Suisse a pu constituer un vaste marché de consommation.

L'alternance dans les approvisionnements se fait en fonction des prix, mais les Suisses, gros importateurs de produits horticoles, sont obligés de compter avec les impératifs d'une floriculture nationale très particulière. Les régions méditerranéennes de France et d'Italie, surtout, ont été les premières à livrer aux commerçants suisses des fleurs de bonne qualité. Les Espagnols, depuis une dizaine d'années, ont dépassé les Français, bien que la plupart des fleurs commercialisées par les Français ne soient pas produites en Espagne. Les Néerlandais, les Allemands, les Danois, même, fournissent aux Suisses des plantes en pots dont la production nationale est également déficitaire. Des fleurs coupées des Pays-Bas et de Belgique sont à certains moments de l'année adressées en Suisse, bien que l'essentiel de la consommation se situe entre octobre et mai, c'est-à-dire au moment où les prix néerlandais sont les plus élevés.

Les expéditions des pays septentrionaux à destination de la Suisse sont d'autre part gênées par le contingentement imposé par les Suisses dans le semestre estival pour protéger leur production nationale. La qualité des fleurs détermine l'établissement des prix ; en réalité, on a eu souvent l'occasion de le préciser, les fleuristes commercialisent des fleurs qui, en d'autres circonstances de temps et de lieu, ne seraient pas vendues. Les Suisses absorbent comme *belle qualité* des fleurs qui ne devraient pas toujours figurer dans les qualités supé-

rieures. L'influence de la production locale a déterminé cette situation. En effet, beaucoup d'horticulteurs helvétiques travaillant sous serre, ou en plein air, obtiennent des fleurs de qualité médiocre, compte tenu des conditions climatiques environnantes, de la difficulté de trouver une main-d'œuvre occasionnelle qualifiée, et de l'insuffisance de l'encadrement. Ces fleurs sont pourtant commercialisées à un prix élevé parce qu'elles sont fraîches et ont subi peu de transport. Par comparaison des fleurs qui ont connu un transport en train de plusieurs heures et une incontestable détérioration de la qualité obtiennent des prix équivalents ou supérieurs. Elles proviennent d'entreprises où les soins apportés à la culture ont été grands.

De la sorte le consommateur suisse paie ses fleurs relativement cher par rapport aux autres produits similaires vendus dans les autres pays d'Europe. Certes, dans les entreprises suisses, l'excellente qualité est également obtenue, mais les conditions générales de la production ne sont pas favorables à l'ensemble des horticulteurs. Ils se tournent plus volontiers vers la plante en pot ou le plant de pépinière moins sujet à déboires. Ces conditions principales doivent rester en mémoire dans l'approche du marché helvétique.

Le marché suisse est par ailleurs influencé par la présence de quatre marchés de redistribution nationaux qui déterminent les prix pour une période déterminée. Longtemps ils ont tenu l'essentiel du marché intérieur, aujourd'hui ils sont fortement concurrencés, pour plus du tiers de la valeur totale des transactions, par le commerce intégré qui a créé son propre réseau d'approvisionnement à l'intérieur comme à l'extérieur. Les centrales d'achat réalisent environ plus des deux tiers des importations de fleurs coupées étrangères, surtout à partir des régions méditerranéennes pour les fleurs courantes, œillets et roses, et à partir des Pays-Bas pour les fleurs de bulbes, les tulipes surtout. En effet, les horticulteurs helvétiques n'obtiennent en hiver que des fleurs aux teintes pâles, la faiblesse de l'ensoleillement permet rarement aux fleurs d'atteindre des coloris francs et homogènes. Or, les Suisses achètent surtout des fleurs aux couleurs vives, dans la moitié occidentale de la Confédération, tandis que les Suisses Alémaniques aiment également les fleurs pâles. De la sorte les œillets, les roses et les tulipes très colorés trouvent un débouché assuré en Suisse. Les Tessinois, aux habitudes déjà méridionales, préfèrent, comme les Italiens, les compositions hétérogènes et vives.

Certes le consommateur suisse est très favorisé puisque les deux régions de production d'Europe s'ingénient à l'approvisionner. Les fleurs à bouquets achetées régulièrement par les ménagères suisses au rythme de deux à trois fois par semaine constituent l'essentiel de la consommation. Les fleurs plus rarement obtenues dans les régions méditerranéennes, comme les chrysanthèmes à petites fleurs, sont de plus en plus demandées par les Suisses. Cette évolution des habitudes d'achats de la clientèle profite surtout aux producteurs sous serre de Suisse et d'Europe du Nord. Dans les régions méditerranéennes traditionnelles les fleurs de ce genre sont moins cultivées. Les Italiens, dans le Sud, toujours à l'affût des variations du marché, ont été les premiers à comprendre l'intérêt d'une telle culture.

Le marché suisse demeure donc très original. Tout en pratiquant un protectionnisme rigoureux pour permettre le maintien de la production nationale, la Suisse reste, aux portes du Marché Commun, soumise à un approvisionnement extérieur massif d'autant plus fidèle que les prix sont dans l'ensemble élevés. La position géographique de la Suisse, détentrice des principaux axes de communication qui, d'Italie, permettent la livraison des fleurs ligures à l'Allemagne, lui donne la possibilité de profiter du transit du train des fleurs. Disposant chaque jour du passage d'une rame de wagons du train des fleurs en direction de l'Allemagne, la Suisse peut profiter régulièrement des livraisons italiennes. Les Français utilisent aussi les lignes ferroviaires suisses pour leurs expéditions en Allemagne du Sud. En outre, la Suisse dispose avec Genève-Cointrin d'un aéroport d'une importance exceptionnelle en Europe centrale. Toutes les lignes internationales de l'Europe y font escale et le réseau tissé par la Swissair est assez important pour permettre un approvisionnement en grandes quantités. Les routes sont moins favorables à une desserte par le Sud. Ni les Italiens ni les Français ne sont attirés par les transports routiers à destination de la Suisse ; les camions isothermes suisses par contre sillonnent le réseau routier français pour se rendre en Catalogne. Les

autoroutes de la vallée du Rhin permettent aux Néerlandais et même aux Belges d'effectuer des livraisons assez rapidement à Bâle ou à Zurich. Les points d'éclatement des marchandises néerlandaises se placent dans le Nord du territoire helvétique, le Sud étant un moindre consommateur.

Avec la Suède, la Suisse reste le pays le plus recherché par les expéditeurs italiens et français, compte tenu de la proximité géographique qui limite les distances et réduit les frais de transport, et de la consommation de produits horticoles. Pour l'instant la Suisse n'est pas près de voir diminuer les courants d'importation qui l'approvisionnent à partir de toute l'Europe horticole.

CHAPITRE III

L'AVENIR DE LA FLORICULTURE EUROPÉENNE

Les situations les mieux acquises, les courants commerciaux les plus puissants restent soumis à une conjoncture momentanée. La floriculture européenne est encore aujourd'hui le résultat de situations protectionnistes où les concurrences sont toujours orchestrées par les Etats. L'élaboration de l'Europe Verte entraîne peu à peu une évolution des structures et, mieux encore, des mentalités. Des périls internes et externes menacent floriculteurs et expéditeurs, si bien que la Géographie de la Fleur, toujours en mutation, est susceptible de connaître à brève échéance de profonds remous.

1. Les rôles actuels des Etats

Les horticulteurs n'obtiennent pas encore pour les fleurs un prix correspondant réellement à l'état de l'offre et de la demande *européennes*. La production est encore cloisonnée à l'intérieur de l'Europe occidentale par les frontières. Les Etats ont organisé, à la demande des producteurs locaux, et dans leur intérêt, une réglementation douanière efficace. Certains pays offrent en outre des facilités supplémentaires à la profession horticole par le biais des possibilités d'investissements. L'aide financière officielle peut être très importante dans un pays, faible ou inexistante dans un autre ; cela modifie les possibilités d'expansion de la floriculture. Les interventions d'un Etat peuvent aussi atteindre deux autres secteurs : celui du commerce — et par contrecoup de la production — en prohibant d'un territoire les fleurs atteintes de certaines attaques parasitaires ; il peut également assurer à l'obtenteur de cultivars ou à leur multiplicateur une protection légale plus ou moins efficace. De la sorte les horticulteurs européens, toutes choses étant égales par ailleurs, ne se trouvent pas encore à l'heure actuelle sur un pied d'égalité au moment où ils offrent sur le marché le résultat de leur travail.

1° Tarifs douaniers et contingentements.

Longtemps les différentes productions ont été seulement protégées par des barrières douanières de la concurence étrangère. C'est ainsi que jusqu'à la Seconde Guerre mondiale, parce que l'Europe du Nord-Ouest ne produisait pas assez pour satisfaire la clientèle locale et que tout l'approvisionnement venait des régions méditerranéennes, il n'y avait pas grande entrave au commerce international. Par la suite, entre 1945 et les années soixante, les Etats ont organisé, chacun dans l'intérêt de leurs floriculteurs, une protection douanière efficace. Pour cela ils s'appuyaient sur des droits *ad valorem* toute l'année et sur un contingentement. A certaines périodes de l'année l'entrée dans un pays peut être interdite aux fleurs ou aux plantes étrangères, à d'autres, existe un contingentement. Les deux méthodes gênent évidemment l'organisation du commerce international et plus encore en été où l'Europe du Nord s'enferme dans le protectionnisme. L'augmentation des droits de douane par le Royaume-Uni (15 %, puis 10 % *ad valorem*) en automne 1964 a complètement perturbé le commerce floral, diminuant l'approvisionnement européen (y compris celui des îles anglo-normandes) au profit des horticulteurs britanniques. Le traité de Rome a changé une partie de ces habitudes ou est en passe de le faire. Les droits de douane s'abaissent régulièrement mais les droits allemands sont plus faibles que les droits français pour les mêmes fleurs (les droits français sont doublés en hiver). En 1961 les pays en dehors de la C.E.E. devaient à leur entrée en Allemagne payer 71 % de plus pour les fleurs que les pays membres de la C.E.E. Cela se traduit par un affaiblissement de l'approvisionnement des pays tiers. De la sorte les gouvernements ne pourront plus protéger les productions locales lorsque le Marché Commun sera réalisé. L'étude de la floriculture telle qu'elle est dressée dans cet ouvrage est un tableau établi à la fin de la période de contingentement et de protectionnisme.

2° Les aides financières.

Il existe une autre façon d'intervention, beaucoup plus directe et efficace : c'est celle des possibilités de financement offertes à l'horticulture. La masse importante des prêts, des investissements de toutes sortes peut avantager grandement un pays aux dépens de ses concurrents. Deux éléments peuvent influencer son essor : les prêts pour la construction de serres, pour l'installation de chauffage, ou d'un réseau d'irrigation, d'un circuit d'éclairage ; l'autre façon consiste à fournir aux producteurs des produits de fonctionnement à prix modéré : ainsi les prix des combustibles, des engrais, peuvent entrer dans une large part dans l'abaissement ou inversement dans l'augmentation du prix de revient.

La loi italienne du 2 juin 1961 ou « Piano Verde » a prévu des crédits pour les produc-

tions de qualité. Le pourcentage de la contribution a été établi à un maximum de 25 % pour les cultures florales. L'article 9 consent des prêts échelonnés sur trente ans à un taux très faible pour faciliter la construction de nouvelles serres. « Le Ministère de l'Agriculture d'Espagne a accordé une subvention de 25 millions de pesetas aux producteurs d'œillets de Maresme qui ont eu à supporter de lourdes pertes au cours des récents orages (printemps 63). La totalité des dégâts est estimée à 246 millions de pesetas et l'on pense que de nouvelles subventions seront accordées. »

On sent très nettement à l'heure actuelle que les Italiens cherchent à étendre leurs débouchés en dehors de l'Allemagne fédérale ou des pays scandinaves. C'est pourquoi producteurs et exportateurs ont décidé qu'une étude de marché approfondie devenait indispensable ; ils ont saisi le Ministère italien du Commerce d'une demande visant à mettre sur pied les moyens financiers pour le soutien de la propagande pour la promotion des ventes de fleurs italiennes sur de nouveaux marchés étrangers (39).

Le commentateur néerlandais de cette information considère qu'il ne s'agit ni plus ni moins que d'un soutien financier pour le développement des exportations et il conclut : « Il est manifeste que l'un de nos partenaires dans la C.E.E. agit autrement que dans notre pays où la profession doit assurer seule (c'est-à-dire sans l'aide de l'Etat) le financement de ses activités. »

En France, les possibilités de financement sont réduites. Les prêts, en dehors des avantages exceptionnels accordés en 1962-63 aux rapatriés d'Algérie, se font sous la garantie du capital déjà investi. Cette méthode désavantage les petits exploitants au profit des plus puissants puisque les emprunts sont proportionnels au capital immobilier.

Les floriculteurs ligures, se rendant compte que l'essor floricole ne pourra durer indéfiniment, ayant d'autre part, par l'expérience du passé, une pleine connaissance des risques qui menacent l'exercice de leur activité, sont en train de pratiquer une importante transformation. Le choix des espèces et des variétés des fleurs à cultiver, les systèmes de culture et surtout de profondes et nouvelles modifications de structures (la culture en serre) permettent la production d'espèces de fleurs et de plantes plus appréciées et mieux adaptées au calendrier commercial, et qui obtiennent les prix les plus rémunérateurs. L'activité de « l'Ispettorato Agrario Compartimentale per la Liguria » et celle de « l'Ispettorato Provinciale dell'Agricoltura d'Imperia» ont la responsabilité de soutenir et de promouvoir l'activité floricole. En 1958, des moyens financiers assez considérables furent assignés à « l'Ispettorato della Liguria » pour la concession de contributions dans le sens de la loi 215, qui ont, avant le « Plan de développement de l'agriculture ou Plan Vert », permis une activité concrète en faveur de toute l'agriculture ligure, depuis celle très pauvre des collines et de la montagne, jusqu'à celle plus prospère, de la Riviéra. Les contributions de capitaux, concédés pour l'amélioration foncière dans la mesure moyenne des 33 % des œuvres admises, ont surtout activé la construction de maisons d'habitation pour les cultivateurs, arrangement de terrains et installations d'irrigation. Les petites exploitations en ont surtout profité pour élargir et intensifier la culture des fleurs, consolidant ainsi leur propre économie.

Nombre d'exploitations bénéficiaires : 575.

Montant, en millions de lires, des ouvrages relatifs à :

Maisons d'habitation	195
Installations d'irrigation	108
Organisation du terrain	433
Routes domaniales	5
	741

Le « Plan Vert » a consenti à poursuivre avec un rythme encore plus grand comme le mettent en évidence les données suivantes :

Nombre d'exploitations bénéficiaires : 614.

(39) Courrier du P.V.S.

Montant en millions de lires :	
Maisons d'habitation	327
Installations d'irrigation	204
Organisation des terrains	500
Routes domaniales	20
	1.051

et donc en tout 1 milliard 792 millions de lires.

Le seul crédit d'amélioration destiné à la floriculture s'élève, entre 1953 et 1964, à 2.970 millions de lires absorbé dans les 97 % par des opérations faites en faveur de petites exploitations. L'œuvre d'amélioration foncière s'élève au chiffre important de 4 milliards 762 millions en cinq ans. C'est l'indication la plus typique du rythme selon lequel la floriculture s'équipe et s'industrialise. Cet exemple est caractéristique du rôle de l'Etat dans l'évolution d'une région de production.

Une troisième façon pour les horticulteurs d'un pays d'obtenir des avantages financiers, mais ici cela regarde autant les organismes interprofessionnels que les services officiels, est *l'établissement des tarifs des transports ferroviaires et aériens.* A propos du commerce de chaque Etat on a eu l'occasion de souligner tout le rôle des coûts de transports. Jamais par exemple, les Sud-Africains ne pourraient avec leurs fleurs concurrencer les Européens, sans les tarifs de fret relativement bas offerts par certaines compagnies aériennes.

Le système de commercialisation dans la mesure où il ajoute ou élimine des intermédiaires, le système de vente en particulier sur les marchés de production, peuvent intervenir dans une large part dans l'établissement du prix.

3° **Prohibitions.**

L'Etat peut intervenir à la demande des organismes professionnels d'une autre manière encore, en limitant les importations de certaines espèces sous le prétexte des risques de contamination des cultures locales par des parasites développés ailleurs dans des régions floricoles. L'exemple du pou de San-José pour les roses ou du Tortrix Pronubana pour les œillets est connu. Les Allemands demandent la destruction totale ou partielle des envois où un colis porteur de ces insectes a été décelé. Les producteurs ou les expéditeurs doivent riposter en installant à leurs frais des chambres de désinsectisation, et les transitaires en douane qui possèdent l'une de ces chambres font évidemment payer ce service très cher. Cela alourdit le prix de vente des fleurs importées au profit des fleurs nationales.

La réglementation phytosanitaire constitue une entrave sérieuse à l'importation en Allemagne. Les végétaux importés doivent subir une inspection au passage de la frontière et être accompagnés d'un certificat bilingue portant la mention : « La réglementation phytosanitaire allemande a été respectée ». Il existe une deuxième liste allemande qui tolère l'importation de végétaux atteints si l'infection est légère. Les services exercent une surveillance très stricte. Certains parasites sont inexistants en culture sous serre mais sont fréquents sur les cultures en plein air. Les Néerlandais ne sont presque pas touchés, tandis que tous les producteurs méditerranéens doivent en tenir compte. Des refoulements massifs se produisent car l'ensemble du lot est frappé. La désinfection provoque une perte de temps et une détérioration de la marchandise. Les fleurs sont parfois brûlées, grave manque à gagner pour les commerçants. L'expéditeur majore ses fleurs pour s'assurer contre ce risque, l'importateur n'est pas sûr de recevoir la marchandise qu'il a commandée. Certains grossistes achètent aux Néerlandais ou aux Danois, certains se trouvent des fleurs « saines ». Ainsi une décision phytosanitaire modifie-t-elle un courant commercial. Les services français de contrôle à l'exportation délivrent un certificat phytosanitaire qui n'a aucune valeur. La tordeuse peut n'être qu'une larve invisible au départ, et profiter de l'ambiance du wagon pour devenir une chenille apparente quelques heures plus tard. A Bâle une maison de transit a construit une chambre de désinsectisation ; le Syndicat des Expéditeurs de Nice en a établi une à Forbach

chez un transitaire (remboursée par la vignette label d'exportation Sarre du C.N.C.E.). Les expéditeurs ligures en ont financé une sur l'aéroport de Dusseldorf.

Ainsi tout un faisceau complexe de décisions prises, rapportées, remises, provoque sur le marché européen de la fleur des contrecoups très importants. Les expéditeurs et tout le commerce en général sont au courant des décisions un certain temps en avance et prennent leurs dispositions en conséquence. En réalité ces interventions se font au détriment des producteurs qui voient leur prix de vente diminuer quand, à l'extrémité de la chaîne la clientèle ne constate pas de variation de prix. Il faut donc tenir le plus grand compte de l'ensemble de ces décisions, sans qu'il soit toujours possible de développer chacun de ces décrets : éphémères ils touchent un produit ou un ensemble de produits sur une durée plus ou moins longue. Les revendications des professionnels s'efforcent de réclamer leur disparition.

Les Etats interviennent aussi dans le domaine délicat des obtentions végétales. L'Europe entière est peuplée d'obtenteurs de nouvelles variétés florales. Autant il est aisé pour un industriel d'obtenir un brevet protégeant une découverte et de retirer ensuite de la location ou de la vente de ce brevet de substantiels bénéfices et revenus, autant un horticulteur a des difficultés à tirer profit de la mise au point d'une obtention végétale. Tandis que l'usine et ses machines peuvent indéfiniment reproduire l'objet mis au point, le créateur d'une variété florale sait que sa découverte est momentanée et évolue vers une dégénérescence. Il lui importe d'en tirer rapidement et pendant une brève durée un profit commercial. La création d'un cultivar demande plusieurs années de mise au point. Une fois la mutation réalisée et le *sport* reproduit par bouturage, il faut s'assurer que pendant plusieurs années la plante sera capable de porter des caractéristiques identiques. Cela suppose une mise en culture dans des serres ou en plein air pour surveiller les capacités de croissance et de résistance de la plante. Quand tout est mis au point, le stock de boutures une fois constitué, la commercialisation peut avoir lieu par le biais d'une habile publicité qui fait connaître la nouvelle variété, le *cultivar*.

Il est fréquent de rencontrer des obtenteurs qui décident d'exploiter seuls leur découverte. D'autres au contraire ne cultivent jamais leurs plantes et les vendent sous contrat à d'autres horticulteurs. Tandis que certains cultivars ne rencontrent aucun succès auprès des floriculteurs, d'autres permettent de réaliser des fortunes. Certaines obtentions de roses ont rapporté à leur créateur plusieurs milliards d'anciens francs et créé, au niveau de la vente au détail des centaines de milliards de chiffre d'affaires ! L'idée est donc venue pour les obtenteurs de se mettre à l'abri de la concurrence, ou de mises au point ultérieures et identiques par la création d'organismes officiels protecteurs. Suivant les pays la législation est plus ou moins perfectionnée et surveille avec une inégale efficacité le commerce des variétés nouvelles. Ainsi a été créé le Plant Patent Act aux Etats-Unis qui a été le point de départ de la recherche en matière de variétés sur l'ancien et le nouveau continent. Ainsi s'est formée la Convention d'Union pour la Protection des Obtentions Végétales, ainsi s'est établie à Genève la C. I. O. P. O. R. A., Communauté Internationale des Obtenteurs de Plantes Ornementales de Reproduction Asexuée. Tous ces organismes remplissent bien la première partie de leur tâche : l'enregistrement des nouvelles variétés créées sur le plan international. La seconde, la défense des obtenteurs, est beaucoup plus délicate car elle manque de moyens coercitifs. Aussi beaucoup d'obtenteurs sont-ils victimes d'exploitants peu scrupuleux qui profitent de leur situation éloignée pour éviter de passer les commandes de boutures chez l'obtenteur et développer chez eux en pépinière de nouvelles plantes.

Celui qui met au point une nouvelle variété a plusieurs possibilités pour l'utiliser commercialement. Il commence par déposer sa variété auprès d'un organisme reconnu et autorisé. Par exemple sur la Côte d'Azur, la Villa Thuret à Antibes enregistre les nouvelles obtentions d'œillets ou de roses. Elle exerce un contrôle sur les cultures méditerranéennes françaises et italiennes, en accord avec la Villa Raimondo de San Remo. A Pescia l'Ecole d'Agriculture accueille sur ses tablettes chaque année près de deux cents nouveaux cultivars. La tutelle exercée par un obtenteur sur une variété s'étend environ sur une quinzaine d'années. Après cette date la plante peut être librement cultivée par tous. En principe la durée officielle de la protection est de dix-sept ans ; les « *sports* » à l'origine des nouveaux

cultivars demeurent la propriété de l'obtenteur. Au bout de plusieurs années le public a trop utilisé une même variété, celle-ci a perdu toute valeur marchande, sauf cas exceptionnel. Il est donc évident que la période pratique d'utilisation d'un brevet est beaucoup plus brève, quelques années le plus souvent. La dégénérescence vient parfois d'elle-même mettre fin à une brillante carrière.

L'obtenteur peut cultiver tout seul la variété qu'il a créée. Sa fleur atteint un très haut prix selon la loi qui veut que ce qui est rare soit cher. Des dianthiculteurs agissent de la sorte. D'autres estiment qu'ils manquent de place pour que la variété soit assez largement cultivée pour être connue (il ne faut pas en effet qu'il y ait trop peu de fleurs sur un marché d'une même variété faute de quoi il n'y a pas un approvisionnement suffisant et le commerce de détail ne s'intéresse plus à cette fleur), et la louent à un petit nombre de producteurs. Dans ce cas on peut réclamer une somme fixe par nombre de boutures cédées, ou une quote-part du nombre de fleurs vendues. On peut vendre une bouture d'œillets 0,25 francs ou 50 lires, on peut réclamer 20 % sur le prix de vente de la quantité de fleurs produites. Enfin, et c'est la dernière solution offerte à l'obtenteur, il peut vendre son cultivar à un horticulteur qui se chargera de le commercialiser. Certains obtenteurs ne vivent que des découvertes qu'ils réalisent, laissant à d'autres le soin d'exploiter commercialement leurs variétés. Certains producteurs à l'esprit spéculateur n'hésitent pas à acquérir des variétés brevetées et à les louer ensuite à des prix très élevés, de la sorte ils évitent les aléas de la culture tout en en retirant de gros bénéfices.

L'ensemble des producteurs européens souhaite pour l'instant la création d'un organisme international reconnu par tous, capable, dans le cadre de la C.E.E. ou dans un groupe plus vastes de puissances, de faire respecter les droits des obtenteurs (40). Ainsi la production deviendrait moins aléatoire et la recherche porterait sans aucun doute des résultats beaucoup plus nombreux. Allemands, Néerlandais, Français et Italiens n'ont pas encore la même législation pour la protection des obtentions végétales, et cela crée un malaise parmi les producteurs, certains accusant des partenaires de leur avoir « soufflé » une variété au moment où ils allaient la mettre sur le marché. Dans le domaine des œillets et des roses, où les modifications des variétés sont très fréquentes, il y a ainsi certaines désillusions.

En définitive, l'Etat intervient dans une large mesure sur le prix final de la fleur. Il n'est pas jusqu'au système fiscal des pays qui ne vienne perturber les prix. Les horticulteurs de l'Europe ont des avantages inégaux en ces domaines. Il est difficile de dire tout compte fait qu'un pays en Europe a des coûts de production beaucoup plus faibles que les autres à cause des interventions officielles. Avantages et inconvénients s'équilibrent et ce qui est plus cher d'un côté d'une frontière l'est moins de l'autre mais est compensé par une situation inverse dans un autre secteur. C'est donc l'habileté des vendeurs qui l'emporte. La réussite néerlandaise en est — chaque jour davantage — la preuve.

2. L'élaboration du Marché Commun et ses conséquences

L'élaboration du Marché Commun agricole d'une part, les décisions britanniques d'entrer dans ce même Marché, le désir des partenaires des Anglais de suivre leur exemple d'autre part, risquent de bouleverser la Géographie de la Fleur que l'on vient de tracer. En élargissant le marché pour des régions de production déjà concurrentes, en supprimant les obstacles douaniers et les contingentements, les décisions des commissions de Bruxelles détermineront de nouveaux courants commerciaux, amplifiant certaines tendances actuelles, précipitant l'évolution, vers le progrès ou le déclin, des plus anciennes régions floricoles. On ne peut

---

(40) F.F., 10, 1959. Andreucci : *La tutela delle varietà floreali.*
F.F., 11, 1964. Incerpi : *La tutela delle nuove cultivar di garofano.*

qu'être inquiet devant l'affrontement prévisible des Italiens, des Néerlandais et peut-être des Danois et se demander quelles seront les limites de la guerre des prix. Les nouveaux courants commerciaux qui naîtront fatalement des avantages emportés par quelques régions et de la présence de nouveaux débouchés permettront à coup sûr d'accroître la production et la consommation.

Dans quelle mesure les décisions de l'Europe Verte permettront-elles à la production et au commerce de transformer les habitudes actuelles ? Certains pays ont très peu à attendre de la réalisation du Marché Commun. Par exemple, les Allemands ne connaîtront pas une évolution rapide de leur production. Les horticulteurs allemands continuent de bénéficier d'avantages importants, en particulier de prêts intéressants, que l'harmonisation des législations risque de leur faire perdre. La concurrence ne se fera pas au niveau de la production allemande toujours assurée d'un débouché local, mais à celui du commerce où des fleurs moins chères parviendront de la Méditerranée aussi bien que des Pays-Bas. Les principaux pays importateurs de fleurs, même si leur floriculture est puissante comme dans le cas de l'Allemagne fédérale et du Royaume-Uni, profiteront toujours des batailles de prix que se livreront les exportateurs. En dehors même du Marché Commun, les clientèles suisse, suédoise et britannique, bénéficieront des abaissements de prix nés de la concurrence intracommunautaire.

Par contre les pays surproducteurs de fleurs, et en particulier l'Italie et les Pays-Bas, et dans une moindre part la France, auront à livrer une rude bataille. Sans doute, les coûts de production risquent d'être harmonisés par l'instauration d'une législation homogène en matière de main-d'œuvre (salaires et charges sociales identiques) et de l'établissement d'un prix semblable pour les matières premières et les produits d'origine industrielle. Un relèvement des prix de revient s'opèrera dans quelques régions qui commercialisent pour l'instant à bon marché leurs fleurs. Seuls les Espagnols, en dehors du Marché Commun élargi éventuellement, seront de dangereux concurrents et ils profiteront sans doute d'un gonflement de leur carnet de commandes de fleurs coupées et de plantes en pots.

A l'heure actuelle les balances nationales sont le plus souvent déficitaires, en dehors des trois pays que sont l'Italie, les Pays-Bas et l'Espagne. Tandis que la France a un commerce à peine déficitaire, tous les autres pays s'endettent lourdement à l'étranger pour assurer leur consommation en produits ornementaux. Les chiffres ne doivent pas exercer une trop grande fascination ; il faut tenir compte de la puissance du marché intérieur, de la masse de la consommation et se référer également à la monnaie utilisée pour les paiements. Il vaut mieux en effet payer ses fleurs en pesetas ou en lires qu'en florins.

Les interventions de l'Etat sont encore très utiles dans la mesure où elles aident l'horticulture à se développer, où elles protègent les fleurs et les plantes contre la concurrence, où elles favorisent l'établissement d'un prix avantageux. Chacun de ces éléments est propre à chaque pays, et l'on peut difficilement les analyser en un tout. L'influence des décisions protectionnistes cessera bientôt dans l'Europe des Six, aussi est-il intéressant de connaître quels sont les projets des commissions de la C. E. E Dans le domaine de l'horticulture ornementale un régime de normes communes est prévu pour les qualités et les échanges.

Le Conseil peut déterminer des normes de qualité, de calibrage et de conditionnement ; la commission présente, en même temps que le projet de règlement de base, des propositions pour les normes dans le domaine des bulbes, des fleurs coupées et des feuillages frais. Ces normes sont destinées à empêcher l'exportation de produits de qualité inférieure vers les pays tiers et à donner des garanties aux consommateurs communautaires. L'unification des cotations de prix de marché par catégorie de qualité contribuera, en outre, à la transparence des marchés de la Communauté.

Le régime d'échanges intracommunautaires prévoit (41), à partir du 1er juillet 1968,

---

(41) P.H.M., 1, 1963 : Projet de règlement organisant le marché des fleurs et des plantes entre les pays de la C.E.E.
F.P., 7, 1960 : Programma di una politica della C.E.E.
C.R. Journées florales 1961 (Nice, D.S.A.). CUENOT : La culture florale et le Marché commun.

l'interdiction de toute restriction quantitative ou toute mesure d'effet équivalent ; l'interdiction de perception de toute taxe d'effet équivalent à des droits de douane, l'interdiction du recours au régime de prix minima. La suppression totale des droits de douane doit être effective le 1er juillet 1968.

Lorsque sera réalisé le Marché Commun, la France occupera une position charnière entre les producteurs du Midi et ceux de l'Europe du Nord-Ouest. La puissance de son marché intérieur, l'influence de sa production sur les prix internationaux doivent lui permettre de jouer un rôle régulateur dans le commerce européen. Sa plus ancienne région de culture, la Côte d'Azur, est cependant soumise aujourd'hui à une grave crise interne, née d'un faisceau de difficultés, qui met en cause son avenir.

3. La crise de l'horticulture azuréenne

Cette région représente bien le type le plus achevé de l'évolution des régions florales européennes, en raison de l'ancienneté de sa culture mais aussi de la croissance de l'urbanisation qui lui apporte les problèmes propres à ce genre de coexistence. Le développement de la consommation des fleurs en Europe occidentale depuis une trentaine d'années s'est effectué à l'avantage des concurrents mieux placés que la Côte d'Azur. A partir du moment où les productions de serre ont été moins chères que les lointaines productions de plein air, la Côte d'Azur a vu se rétrécir le marché étranger. Elle s'est alors tournée vers le débouché national qu'elle a longtemps monopolisé. Aujourd'hui les productions nationales sont insuffisantes à le satisfaire. La situation de la floriculture azuréenne a été posée avec d'autant plus d'âpreté que l'ouverture du marché de Saint-Augustin a avivé les difficultés en mettant à nu un malaise latent ressenti par l'ensemble des professionnels (42).

La puissance de la consommation française n'est plus la garante du maintien de la production azuréenne car d'autres régions produisent, de la vallée de la Loire aux banlieues des grandes métropoles. La masse des fleurs azuréennes de qualité médiocre ou moyenne est encore commercialisée sur le marché à la commission des Halles de Paris, ce qui donne l'illusion aux floriculteurs qu'ils peuvent tout vendre sans faire évoluer leurs techniques ni leur conception de la distribution. Plus grave encore est le danger qui menace la Côte si elle n'effectue pas rapidement un revirement spectaculaire en ce domaine, la mentalité individualiste de la plupart des producteurs et des commerçants est en effet catastrophique. L'âpreté au travail, la stricte discipline des Nordiques vont dans le sens de la civilisation moderne, et à l'encontre de la mentalité méditerranéenne héritière de plusieurs millénaires d'individualisme paysan. La Côte d'Azur est donc prise dans une situation de concurrence qui l'étouffe progressivement, dont elle est consciente, mais elle fait peu d'efforts pour desserrer l'étreinte. La réussite des Nordiques en effet est due au dirigisme des organisations syndicales, professionnelles et gouvernementales qui réglementent la production, surveillent la formation professionnelle, entretiennent une puissante propagande et maintiennent une étroite liaison entre la production et le commerce.

L'organisation de la production et du commerce azuréens sont inadaptés au marché européen et de plus jettent un discrédit sur la région. A certaines époques des produits d'excellente qualité se vendent mal, à d'autres des fleurs médiocres atteignent un prix élevé, situation inadmissible. Le calendrier de la production, décalé par rapport à celui de la demande, est responsable de ces situations de prix paradoxales. En Europe la création de systèmes de commercialisation nouveaux comme la vente au cadran tout d'abord, puis le

(42) Recherches régionales, 4, 1964. CASTELA : La floriculture azuréenne en péril.

développement des points de vente des magasins d'alimentation, des kiosques à vente automatique, des rayons de fleurs dans les magasins du commerce intégré, ont permis d'accroître le débouché des fleurs. Ce débouché, la Côte d'Azur l'ignore le plus souvent, aussi bien à l'étranger qu'en France.

Les circuits commerciaux par suite désavantagent progressivement la Côte d'Azur. Le train est devenu trop lent et ne s'applique plus qu'à des expéditions de masse vers de très grands marchés comme ceux de Paris ou de la Ruhr. Le camion est d'un rayon d'action limité. L'avion apparaît comme le principal élément de la diffusion des fleurs, par la rapidité de ses déplacements, la longueur des trajets parcourus, les possibilités qu'il offre d'un éclatement des fleurs à grande distance. Les producteurs de l'Europe du Nord, et particulièrement les Néerlandais, ont constitué un parc d'avions cargos en accord avec la K.L.M. qui leur permet ainsi d'inonder le marché européen de la fleur. La Côte d'Azur est satisfaite des escales internationales des grandes compagnies et doit passer par leurs possibilités de changement. Avec le rôle grandissant de l'avion dans la distribution de la fleur, toutes les parties du monde sont concernées si bien que Nice recevra bientôt à l'atterrissage des avions dont les cales auront déjà été remplies de fleurs en Afrique, Asie ou dans les escales méditerranéennes, et les fleurs niçoises, comme cela s'est déjà produit au cours de la campagne 1965-66 resteront sur l'aire de départ de l'aéroport.

Des remèdes puissants doivent être apportés à la floriculture azuréenne, et à brève échéance, si elle veut sortir d'une situation difficile. Des rivalités mesquines ont trop longtemps affaibli sa position commerciale, et l'irresponsabilité des individus a été de règle depuis la Seconde Guerre mondiale. Le producteur ne se sent pas responsable des obstacles que rencontre l'expéditeur dans la commercialisation des fleurs ; l'expéditeur ne se sent pas responsable de la mévente des fleurs et ne se préoccupe pas d'établir des cours réguliers qui avantageraient le producteur. Lorsque des groupements se réalisent dans le cadre d'une S.I.C.A. par exemple, ils gaspillent rapidement les fonds publics avant de déclarer la faillite de leur entreprise. Il importe donc que les floriculteurs et les commerçants, conscients de ce péril, organisent des ententes et des associations capables de modifier l'actuelle attitude d'esprit, si néfaste à l'avenir azuréen.

Le marché-gare de Nice-Saint-Augustin, devenu marché d'intérêt national, devrait disposer pour son bon fonctionnement d'un monopole de marché. Pour l'instant quatre canaux principaux sont suivis pour la commercialisation des fleurs. Celui de la *vente à la commission* est un système démodé, anti-économique et fonctionne à l'encontre des intérêts généraux des Azuréens. Les fleurs sont livrées sur le marché parisien qu'elles engorgent et ne sont jamais défendues par le producteur qui les abandonne à un commissionnaire qui dirige la vente à son seul profit. Les *criées antiboises* ont mieux réussi que les marchés publics parce qu'elles assurent au producteur la garantie des paiements. Elles ont contre elles l'inconvénient de réaliser un écoulement lent, en période de gros achats et de grosse production comme en octobre et en décembre. Elles ne sont pas en outre assez vastes pour dominer le marché azuréen, par contre elles fonctionnent très bien comme soupape de sûreté du commerce en liquidant à certaines époques de grosses quantités. *L'achat direct à l'exploitation* est basé sur la confiance réciproque entre le floriculteur et l'expéditeur. Ce système profite plus au commerce qu'à la production car aucune comparaison de prix n'est permise au moment de la transaction. *Le marché de Nice-Saint-Augustin* est le plus beau marché aux fleurs du monde. Il ne traite cependant qu'un volume d'affaires qui le place au troisième rang des marchés mondiaux après San Remo et Aalsmeer. Il fait peser de lourds droits de fonctionnement sur les intéressés en provoquant leur mécontentement, accumule les déficits, mais n'offre aucune garantie. Il ne dispose pas de l'organisme essentiel qui fait la puissance des marchés septentrionaux, c'est-à-dire d'une banque qui garantirait les transactions.

Il est donc indispensable que le principe même de ce marché soit remis en cause. Il doit posséder un monopole sur la distribution de la marchandise en concentrant l'offre de quelques 2.500 producteurs. Il doit contrôler les expéditeurs en les obligeant à garantir les paiements au marché, ce qui entraînera la concentration de la demande. Il devra être tenu d'organiser la propagande des fleurs azuréennes sur le plan international et à l'intérieur du

territoire français ; il devra se charger de différentes façons d'écouler toute la production des fleurs et faire disparaître la resserre, si catastrophique. Ainsi, Nice deviendra le seul marché aux fleurs de la Côte d'Azur, au profit de tous les professionnels, et plus encore pourra prétendre, comme on l'a déjà dit, lorsque les raccords autoroutiers auront été réalisés, à être *le seul marché de production de Toulon à Gênes.* Seul Aalsmeer pourra rivaliser avec lui pour la desserte aérienne et routière, mais Nice l'emportera de loin par la masse des fleurs commercialisées.

L'urgence d'une restructuration de l'horticulture azuréenne et des système de commercialisation apparaît d'autant plus nécessaire que les concurrences internationales et même nationales (prochaine ouverture du marché de Rungis) aggravent les difficultés des floriculteurs azuréens.

Ces difficultés ne sont pas propres au Midi français ; les Italiens ont également des craintes pour l'avenir de la floriculture ligure et pour les mêmes raisons. L'ouverture du Marché Commun va donc précipiter des évolutions jusque-là insoupçonnées, et les responsables dans les deux régions ont pris conscience de la nécessité d'un renouveau. Si les élites sont décidées à agir, elles se heurtent à la routine et à l'incompréhension de beaucoup de floriculteurs victimes de leur mentalité individualiste.

4. L'urbanisation et la floriculture

La localisation des exploitations horticoles est pour une large part située dans un contexte urbain. Presque toutes les entreprises, de la Méditerranée à la Baltique sont ainsi menacées par la croissance d'une ville. Le repli vers la grande banlieue n'est pas illimité, ne serait-ce que pour des raisons de localisation de la main-d'œuvre. En outre, beaucoup d'exploitants doivent tenir compte de conditions naturelles très locales qui ont été favorables à l'installation des cultures et qu'il est difficile de retrouver ailleurs, comme la nature des sols, les possibilités d'irrigation, l'exposition par rapport à l'ensoleillement. Le recrutement de la main-d'œuvre crée ensuite un souci permanent ; la localisation de son habitat, les possibilités de circulation, expliquent l'âpreté de beaucoup d'horticulteurs à s'accrocher à la parcelle de terre possédée au risque parfois d'être enveloppé par la marée des constructions d'immeubles.

La cohabitation des villas et des serres est souvent délicate. Un gros orage méditerranéen précipitant un millimètre d'eau à la minute provoque sur les passerelles d'un hectare de serres un débit de dix mètres cubes à la minute, capable d'emporter les jardins les mieux tenus. Les canalisations d'évacuation d'eau sont incapables d'absorber de telles quantités.

Dans d'autres régions où l'habitat est plus lâche interviennent des considérations de site des exploitations. La plupart des floriculteurs des régions méditerranéennes sont installés sur des collines qui conviennent parfaitement à la construction de villas. Les constructeurs ou les particuliers n'hésitent pas à pratiquer la surenchère pour essayer d'obtenir la cession du terrain pour construire sur ces versants bien exposés, dominant de merveilleux paysages. Lassé par ces sollicitations l'exploitant se laisse convaincre et abandonne son terrain. Il est parfois décidé à aller s'installer ailleurs, mais le plus souvent il abandonne le métier d'horticulteur. A maintes reprises on a montré des alternatives graves pour des horticulteurs parvenus à l'heure du choix. Refuser d'énormes sommes pour maintenir l'exploitation floricole, se priver d'une importante possibilité d'autofinancement et se heurter à des difficultés nouvelles nées de l'incompréhension des voisins, ou tenter sa chance ailleurs, dans des conditions à coup sûr moins favorables.

En fin de compte, des solutions locales sont apportées à des aspects généraux. Dans des zones à faible densité urbaine et où l'empreinte rurale est encore forte, où l'espace n'est pas

encore chichement réparti, aucune perspective de crise n'est en vue. Toute l'Italie du Sud, la plus grande partie de la côte méditerranéenne espagnole sont dans ce cas. En revanche, la floriculture méridionale française, la zone floricole de Ligurie et le Val de Loire sont directement menacés par l'urbanisation. Il est exceptionnel de rencontrer des entreprises qui aient pu résister à l'expansion des villes ; lorsqu'elles se sont maintenues des motifs particuliers comme au Cap d'Antibes l'expliquent.

Le repli progressif des floriculteurs des régions urbanisées méditerranéennes aboutira à une disparition des deux Riviéras sur les marchés d'exportation européens et à un affermissement de la vocation floricole des régions lointaines dispersées sur le pourtour ou dans les îles de la Méditerranée.

Le danger est aggravé en réalité par le progrès technique qui permet à des régions au climat médiocre mais proches des régions de consommation d'offrir sur le marché des fleurs de qualité moyenne mais de bas prix. L'évolution est analogue à celle de l'élevage des volailles où les régions traditionnelles sont obligées de se tourner vers la recherche d'une qualité exceptionnelle devant la concurrence des « usines à volailles » dispersées dans des régions au demeurant sans vocation d'élevage avicole. Ainsi les floriculteurs ne peuvent plus réagir que par la recherche constante d'une amélioration de la qualité face à une production qui se diversifie dans l'espace européen grâce au progrès technique. Que des régions à climat frais et brumeux, peu ensoleillées, comme l'Ecosse, deviennent productrices à grande échelle de fleurs, prouvent que les Méditerranéens ont depuis longtemps perdu le monopole de fait qu'ils avaient établi à la fin du siècle dernier. Ainsi les pays hautement industrialisés peuvent s'offrir le luxe d'une grosse production horticole alors qu'ils sont situés dans un contexte de production qui, au départ, ne leur est pas favorable.

CONCLUSION

Au fil des pages, la réalité du commerce floral européen est apparue dans toute sa complexité. Dans un premier temps en effet, l'Europe s'est occupée de produire des fleurs pour satisfaire une demande locale ou nationale. Progressivement se sont établis des courants exportateurs vers les centres de consommation importants de l'Europe du Nord-Ouest. Grâce à la diversification des méthodes de culture et au perfectionnement des techniques de transports, les producteurs des régions septentrionales ont tenté de satisfaire leurs marchés nationaux. Ils ont ainsi obligé les producteurs méditerranéens à une phase d'adaptation provoquée par leur concurrence.

En raison de la croissance de la demande sur les marchés intérieurs, croissance d'autant plus rapide que les possibilités d'achat de la part de la clientèle s'affirmaient, les productions régionales n'ont plus été capables de faire face à la demande, même locale. De grands courants de commerce se sont trouvés établis, puis amplifiés, et bientôt, les régions de production de toute l'Europe se sont trouvées confrontées sur un marché de près de trois cents millions d'individus. Après les grands espoirs mis dans les progrès de la consommation, la perspective de saturation du marché européen est apparue.

Les concurrences jusque-là limitées à quelques produits et aux plus grands marchés de distribution se sont faites plus âpres. Désormais les horticulteurs, par leurs organisations professionnelles et syndicales, leurs techniques de vente, déterminent la réussite de quelques régions au détriment de celles moins dynamiques et moins promptes à s'adapter aux données nouvelles du commerce international. Mieux encore, la volonté de réussite de certains est apparue nettement dans la prospection de débouchés nouveaux. Les Néerlandais ont montré comment on doit agir pour conquérir une place de commerce en apparence saturée par une autre source d'approvisionnement. Par la publicité, la création de méthodes de ventes nouvelles, l'installation de circuits de commerce différents de ceux plus anciennement établis, les fleurs peuvent toucher une masse plus importante de clients. Une campagne publicitaire habilement menée, des conseils utiles donnés aux acheteurs, une éducation progressive et efficace de la clientèle peuvent accroître en peu de temps la consommation.

L'utilisation des produits ornementaux n'est plus un luxe ou l'apanage des classes les plus favorisées des nations. L'ensemble des populations européennes est atteint par les fleurs à prix modérés ; les tentations d'achat peuvent frapper toutes les classes sociales. Reste toutefois à créer les occasions d'achat. Les points de vente, les méthodes commerciales doivent correspondre à cette clientèle nouvelle. Les chaînes de magasins d'alimentation peuvent en particulier jouer ce rôle de diffuseur. La consommation intérieure des différents pays est telle aujourd'hui que de graves déséquilibres se sont créés, car la consommation croît plus vite que la production nationale. Ainsi s'expliquent les tentations pour beaucoup de régions de production d'amplifier les cultures pour profiter des besoins lointains de la clientèle. Les régions méditerranéennes peuvent dans une certaine mesure satisfaire la demande hivernale ; l'été la production nordique sature le marché des régions les plus importantes de l'Europe, ce qui réduit d'autant le commerce international.

Les marchés nationaux sont donc établis en tenant compte des situations nationales de la production et de la concurrence étrangère. Longtemps la législation douanière est venue protéger les floriculteurs, aujourd'hui l'abaissement généralisé des droits de douane a créé un marché en voie d'internationalisation et l'élaboration complète de l'Europe Verte permettra aux floriculteurs de lutter à armes égales. Cette confrontation devrait en fin de compte tourner à l'avantage des floriculteurs des pays chauds qui ont moins de dépenses générales que ceux des régions plus froides du pourtour de la mer du Nord ou de celui de la Baltique, ou même de la Rhénanie.

L'amplification des importations en provenance des régions méditerranéennes et des marchés néerlandais prouve que le marché européen de la fleur n'est pas encore saturé par les productions nationales. Dans une prochaine étape, l'Europe va connaître une phase nouvelle de concurrence en train seulement de s'ébaucher, celle des pays des autres continents, américain, africain, asiatique. Des fleurs de qualité arrivent régulièrement de plus de 10.000 kilomètres en Europe et sont compétitives par leurs prix. D'autres sont vendues à bon compte en provenance de l'Afrique du Sud. Le développement des relations aériennes, la rapidité de l'abaisement des prix de revient et des transports risquent dans un proche avenir de bousculer les actuels courants commerciaux établis en Europe. Quelques régions de production sont en outre menacées par l'urbanisation.

Les seules chances de réussite de la part des régions de production, ou plus simplement des entreprises, tiennent à l'établissement d'un prix de vente compétitif. La lutte des prix établie en Europe détermine les courants du commerce international. Par exemple les marchés parisien, londonien ou milanais sont approvisionnés en fonction des prix offerts par les différents expéditeurs. Quand les prix des fleurs méditerranéennes françaises sont les plus intéressants, Londres et Paris consomment des fleurs azuréennes ; dès que les îles anglo-normandes ou les polders néerlandais, ou les oasis israéliennes offrent des fleurs à meilleur compte, même si les Azuréens ou les Varois continuent de produire, le commerce s'établit avec ces régions aux dépens du Midi français.

En d'autres termes, des méthodes de production et de commercialisation déterminent les possibilités d'expansion d'une région ou expliquent leur régression relative dans le commerce européen. Les producteurs de la Côte d'Azur n'ont pas su s'adapter aux conditions nouvelles du marché international au lendemain de la guerre ; ils ont perdu progressivement le marché rhénan, scandinave, puis britannique, au profit de groupements d'horticulteurs plus dynamiques, à l'esprit plus entreprenant, comme les Italiens, les Néerlandais, ou d'autres, dispersés dans le monde.

Les modalités du commerce entraînent l'établissement des prix et par conséquent les possibilités d'achat par la clientèle. Aujourd'hui des entreprises sont avantagées au détriment d'autres. Tel est le bilan d'une évolution d'un demi-siècle qui a provoqué une transformation complète de la floriculture européenne.

CONCLUSION GÉNÉRALE

La Géographie de la Fleur est-elle terminée ? Sans doute un panorama en a été dressé au long de ces pages ; des tendances ont été décelées, des évolutions dessinées dans leur cours le plus immédiat. Beaucoup de domaines mériteraient des études plus approfondies. Tandis que notre intention de départ était la mise en place des régions de production et des circuits de distribution des fleurs en Europe occidentale, chemin faisant, nous avons été entraînés à parcourir le monde pour expliquer certains aspects de la floriculture européenne.

La Géographie de la Fleur reste très incertaine et son évolution dépend d'un très grand nombre de facteurs dont quelques-uns ne lui sont pas propres. L'intervention des Etats, le dynamisme des responsables de la commercialisation et de la distribution, la hardiesse de quelques producteurs, expliquent la permanente transformation des régions floricoles. Les vieilles exploitations végètent ou sont menacées de disparaître sous les coups de la concurrence et les difficultés de la commercialisation ; d'autres évoluent vers un puissant complexe productif rassemblant les moyens techniques les plus modernes et le capitalisme le plus massif. Partout les préoccupations de modernisation dans l'agriculture sont flagrantes, mais en floriculture l'adaptation aux techniques nouvelles est moins décisive que la prospection des marchés. Produit de luxe, la fleur s'adresse à une clientèle toujours mouvante.

Sans cesse, les organisations professionnelles et syndicales s'appliquent à trouver des systèmes de commercialisation nouveaux, des débouchés capables de compenser les diminutions des ventes subies sur les marchés tenus par des concurrents mieux placés. Les méthodes nouvelles de conservation et de commercialisation des fleurs permettent désormais de modifier l'attitude traditionnelle des horticulteurs, trop longtemps soumis à la cruelle emprise des acheteurs, soucieux désormais de faire un effort pour éloigner la menace de l'effondrement des prix.

Les deux partenaires en présence ont partie liée, leur destin dépend d'une réussite mutuelle, la preuve en est fournie par les Hollandais d'Aalsmeer. Tout en conservant un certain libéralisme dans les régions méditerranéennes, on doit arriver toutefois à une réorganisation des structures professionnelles qui aboutisse à une amélioration de la production et des circuits commerciaux. Dans cette perspective, la réalisation du Marché Commun d'une part, le regroupement des intérêts franco-italiens de Toulon à Gênes d'autre part, pousseront à la constitution d'un ensemble floricole dont la capitale, Nice, par son marché de Saint-Augustin et son potentiel de transports, est à même de dominer le commerce européen et mondial des fleurs, situation contestée à l'heure actuelle par Aalsmeer.

L'approvisionnement floral est devenu mondial ; les plus importantes régions floricoles européennes doivent désormais tenir compte des concurrences nouvelles qui s'exercent par le biais de l'avion. L'introduction des transports aériens dans le commerce floral a bouleversé les données de la géographie habituelle pour en faire une énorme partie de hasard, soumise aux volontés de lointains expéditeurs. La Géographie de la Fleur est ainsi une création permanente.

Vu et permis d'imprimer,
Strasbourg, le 29 novembre 1967.
Le Recteur de l'Académie :
Maurice BAYEN.

Vu et transmis,
Strasbourg, le 25 novembre 1967.
Le Doyen de la Faculté des Lettres :
Georges LIVET.

Die Blumen in West Europa

Die langsame Bildung der europäischen Landwirtschaft hat keine fortwährende und bedeutende Blumenproduktion hervorgebracht. Die Kunstanlagen sind am Ende des XIX Jahrhunderts aus der spekulativen Landwirtschaft hervorgegangen. Gewiß, seit dem Altertum pflanzt man Zierblumen zum bloßen Vergnügen der Augen, aber seit dem siebzhnten Jahrundert hat in Europa die Entwicklung der Handelsströme zur Entstehung der verschiedensten Arten und Blumensorten geführt. Die industrielle Revolution des 19. Jahrhunderts hat die Menschen zu großen Siedlungen in den Städten zusammengeführt, daraus entstand die Bildung einer reichen Bürgerschicht, die von ihrer landwirtschaftlichen Herkunft abging. Die sich verbreitenden Geschäftsverbindungen haben den Aufschwung des Blumenhandels mit sich gebracht. Die heutige Generation kauft viele Zierblumen. Manche mittelländischen Gegenden, die durch das Klima begünstigt sind und den Unterbau des Eisenbahnverkehrs ausnutzen, der zur Beförderung der Blumen nach den Großstädten unentbehrlich ist, sind zu großen Zentren geworden.

Dabei handelt es sich um die französische und italienische Riviera und die Toscana. Im nordwestlichen und industriellen Europa, das seines Klimas wegen außerstande ist Blumen an bestimmten Orten zu pflanzen, hat die Ausdehnung des Blumenhandels den Einsatz anderer Produktionsmittel befördert. So konnten durch die Einführung der Gewächshäuser, durch deren technische Verbesserung und Senkung ihres Kostenpreises. die Niederländer, die Deutschen une die Belgien ihren Gartenbau rings um die Verbrauchsgegenden entwickeln. Deshalb hat der europäische Handel zwei Zufuhrsquellen auserwählt : eine mitteländische und eine nordische ; letztere ist um so wichtiger, da alle nordischen Länder sich mit Treibhäusern ausstatten können. Seit dem letzten Weltkrieg ist in fernen Ländern ein dritter und anderer Typ von Blumenzüchter erschienen ; er beliefert per Flugzeug den Blumenmarkt einer Großstadt oder einer Ortschaft. So wird auch London durch ein Teil des Commonwealth beliefert. Die deutschrheinischen Handelsplätze bekommen zur Ergänzung der von den Nachbarländern gelieferten Blumenprodukte Blumen aus Israël, Spanien, Nordafrika. Die neuen Blumenzüchter haben nicht desto weniger den Handelswert der alten Produktionsgegenden vermindert. In Wirklichkeit haben sich diese Gegenden in der Züchtung einiger Sorten spezialisiert und haben vor allem die Qualität der Blumen und der Zierprodukte gesucht. Und so haben die Flämen, von Gent bis Antwerpen, die Holländer der Polder und von Aalsmeer, die Blumenzüchter der Loire und der Riviera, Liguriens und der Toscana der Qualität den Vorzug gegeben. Die einen wählten Blumenstöcke, Zierstanden, die anderen Schnittblumen, einige Spezialisten entschieden sich für Blumenzwiebeln. Die Hauptproduktion verdanken wir den mittelländischen Gegenden, deren Blumen sich nicht so lange halten wie die wißenschaftlich erzeugten, teueren Blumen der Blumenfabriken, Gewächshäuser genannt. Im heutigen Europa hat es keinen Zweck Blumen zu produzieren. Die technischen Methoden sind derart voraus, daß man fast überall Blumen produzieren kann, sei es in den nebeligen Gegenden des schwedischen Skandinaviens oder des heißen, italienischen Mezzogiorno ; die einzige Schwierigkeit liegt beim Verkauf dieser Blumen. Die Gartenprodukte müßen heutzutage handelsfähig gemacht werden und das Gelingen oder Mißlingen einer Blumengegend hängt davon ab. Auf den Produktionsmärkten steigt die Nachfrage je nach den Kaufsmöglichkeiten der Kundschaft. Ihre Reaktion ist verschieden, je nachdem sie Zierpflanzen (Blumen fürs Hausinnere) zur Austattung ihres Heims kaufen will, oder sich entschließt, sie im Rahmen ihrer gesellschaftlichen Verbindungen zu schenken (es handelt sich um Blumen zum Schenken). Um die Käufe von Blumen zu entwickeln, muss die Hausfrau morgens bei ihren Einkäufen durch billige, nicht allzu häufige Blumen verführt werden Natürlich kann sich die Kundschaft nicht öfters grosse Ausgaben für den Kauf eines überflüssigen Produktes leisten, dieses hält sich ja übrigens nicht lange im Winter in den übergeneizten Zimmern. Deshalb machen ihnen die Blumenstöcke, die sich länger erhalten, die Kunstblumen, und andere Produkte als Gartenblumen Konkurrenz. Propaganda, Reklame, Unterweisung, Blumenausstellungen, große Blumenfeste sollen die Kundschaft zu einem grösseren Blumenkauf heranziehen und dieses nicht nur zu Allerheiligen, Weihnachten, zum Neujahr, Mutterfest, wenn übrigens der Blumenhandel blüht, sondern auch in der Zwischenzeit, da die Nachfrage abnimmt und die Blumenproduktion nicht stocken oder unterbrochen werden darf. Reklamefeldzüge bewegen die Leute zum Blumenkauf während der stillen Saison (zum Beispiel zum Valentinstag) denn der Kalender der Einkäute der Kunden stimmt mit dem der Blumenproduktion nicht übereins. Die Blume ist ein lebendiges, einer gewissen Züchtung entsprechendes Produkt. und kein industrielles Produkt, das man aufbewahren, umwandeln und verkaufen kann.

Vom Blumenzüchten bis zum Käufer nötigen die Blumen viele Umsätze, je nach den Typen der Produktionsgegenden und ihrer geographischen Lage in Beziehung auf die Absatzmärkte. Auf den ältesten Produktionsmärkten, die sich in, den mittelländischen Gegenden, sowie in Nizza, Antibes, San Remo, Pescia, Vintimiglia und Viareggio befinden werden Blumenzüchter und Käufer gegenüber gestellt. Bei den Geschäften verteidigt jeder seine Ware, und wenn er ein guter verkäufer ist, ist es ihm möglich, den lohnenden Preis für seine Arbeit zu erhalten. Die Niederländer, denen die Belgier, die Deutschen, die Dänen, die Schweden nachahmten, haben durch Kooperation im Verkaufssystem der Veilingen sehr verschiedene Methoden angewandt. Der Blumenzüchter will nicht mehr einzig und allein, daß sein Produkt handelsfähig gemacht wird, er überläßt den Verkauf einem Ausrufer, der eine zurückgehende Versteigerung leitet. Die Käufer sind imstande beinahe die gesamte Ware aufzukaufen, aber nur zu billigeren Preisen als in den anderen Handelsystemen.

Seit einigen Jahren versucht man neue Systeme zu bilden. Die Verbreitung des Blumenverkaufs durch Zweiggeschäfte erlaubt den Kaufzentren Verträge mit grossen Geschäftsunternehmen oder Blumenzüchterkooperativen abzuschliessen. Diese liefern grosse Mengen von Blumen auf längere Zeit hinaus und von einer ungefähr gleichmässigen Qualität. Dieses einzige Handelsmittel, das die Blume einem jeglichen anderen Produkt von laufendem Gebrauch gleichstellt, erlaubt der Produktion ihre Käufe zu vermehren und sie an eine einfachere als die jetzige Kundschaft zu richten. Versender und Güterverfrachter benutzen durch ganz Europa verschiedene Systeme, um die Kunden mit den manchmal aus fernen Ländern herkommenden Produkten in Berührung zu bringen. Die Güterzüge, die täglich mit Blumen von Nizza, und San Remo abfahren, die Tiefkühllastwagen, das Flugzeug, befördern eine grosse Anzahl von Blumen nach den europäischen Verbrauchsorten. Diese großen Metropolen teilen nochmals den Vorstädten die Waren aus. Die mehr entlegenen Zentren bekommen sofort per Zug oder Lastwagen die telefonisch bestellten Blumen. Man hat lange den Blumenkleinhändlern vorgeworfen, sie würden die Entwicklung des Blumenhandels verhindern, indem sie sich zu große Gewinne zuschreiben. In der Tat, abgesehen vom Verdienst der Blumenzüchter, die die Blume zur Gefühlsbotin gestalten, und von einigen Missbräuchen, gelangt man zu einer schwierigen Frage, zur Preisaufstellung.

Der Wettstreit um die Preise hat zwei verschiedene Aspekte. Auf dem Gebiet der Produktion versucht jeder, um billigere Blumen darzubieten, seinen finanziellen Möglichkeiten gemäss, die verschiedensten technischen verfügbaren Mittel zu benutzen. Die Fähigkeit, den Boden und das verfügbare Material aufs beste zu bewerten sowie die Wahl seiner Kultursorten bestimmen das Gelingen des Blumenzüchters. Der Wettstreit geht auf dem Gebiet des Handels weiter. Zahlreiche Vermittler, der Zoll, verhindern einen normalen Blumenverkauf, da der Blumenpreis mit Frachtgeld und Umladegebühr beschwert wird, deshalb ein Sinken in der Qualität und eine Preiserhöhung. Verkaufsunternehmen zielen nach einer Vereinfachung des Handels durch direkte Käufe und Schnelltransporte nach dem Verkaufsort. So liefern zum Beispiel die Spanier direkt mit Lastwagen nach der Schweiz, die Italiener oder die Südafrikaner verschicken ihre Blumen per Flugzeng nach Stockholm oder London. Die Grossisten, die die Waren einführen, die Spediteure, die Handelsagenten gebrauchen manchmal veraltete Handelsformen. Die Geschäfte, die den Handel aufgenommen haben, zeigen der Kundschaft ein Bild einer einfachen, aber wirksamen Organisation, die die örtlichen und der Jahreszeit angemessenen Preisunterschiede verringert ; diese hängen manchmal vom Wetter zum Beispiel von einer Kältewelle oder von einer Uberfeuchtigkeit ab, aber auch von den menschlichen Entschlüssen, wie von der Erhöhung der Zollpreise und der Kontingentierung. Trotzdem ist es sehr schwer in dieser Hinsicht, den Verkauf der besseren Blumen in Betracht zu ziehen.

Europa besitzt heutzutage zwei Typen von Nationalmärkten. Der Binnenmarkt mancher Länder wird durch die Lokalproduktion genügend versorgt. So decken Frankreich, die Niederlanden, Italien, Spanien fast ihre Bedürfnisse. Die Produktion der drei letzteren übertrifft die Verbrauchsmöglichkeiten ihres Binnenmarkts, man muss exportieren. Die Blumen werden nach Ländern verschickt, deren Blumenzucht mit einem Defizit abschließt. Die nationale Produktion, obgleich wichtig, ist manchmal weit entfernt, den Bedürfnissen der Märkte, wie die der Bundesrepublik, Grossbritaniens, Schwedens oder Belgiens, nachzukommen. Manchmal sind die Naturverhältnisse zu streng und beschränken die Blumenzucht auf eine gewisse Zahl Blumenwirtschaften, zum Beispiel in Osterreich und in einem geringeren Grade auch in der Schweiz. Drei Gegenden, darunter die mittelländischen, die nordischen und die weitenfernten werden ferner die europäische Produktion der Zierblumen bestimmen. In Wirklichkeit haben die Handelsentwicklung und die guten Verkehrsmittel für die entfernten Länder, denen internationale Luftlinien zur Verfügung stehen, eine Krise in den alten Produktionsgegenden verursacht. Die mittelländischen Blumenzüchter sind ungenügend ausgestattet um den klimatischen Umständen zu widerstehen, die desto gefährlicher sind, da sie seltener vorkommen. Das Wachsen der Städte verdrängt aus den fruchtbaren Gegenden oder von den Verkehrsadern die Blumenzüchter, die in den Vorstädten leben. Die fernen Länder liefern Blumen zu niedrigen Preisen und nutzen manchmal die umgekehrten Jahreszeiten aus, Die Familienproduktion, die noch das Hauptelement der Struktur der Unternehmen bildet, muß um ihren Fortbestand zu bewahren nach der Qualität trachten, sonst wird sie von den kapitalistischen Blumenzüchtungen, die eine grosse Anzahl von Lohnarbeitern beschäftigen, in den Schatten gestellt. So gelangen wir zu einer europäischen Blumenzüchtung, die zuerst seit einem halben Jahrhundert mittelländisch war und nun ein europäisches, in mancher Beziehung ein weltliches Gepräge annimmt.

The Flower in Western Europe

The slow formation of European rural economy did not build up progressively a considerable amount of flower-gardening ; the growing of decorative flowers was born of speculative agriculture at the end of the 19th century. It is true that ever since the days of Antiquity, flowers have been grown with no purpose other than more esthetic enjoyment ; but the growth of commercial exchange from the 17th century onwards has made possible an increase in the range of varieties ans decorative species. The first urban concentrations which originated in the industrial revolution of the 19th century brought about the formation of a well-to-do middle class, cut off from its rural background. The development in human relations that ensued in turn entailed a boom in flower marketing. Contemporary civilisation has become a heavy consumer of decorative garden products.

Some areas with a favourable climate and the advantage of rail transport needed for the forwarding towards the large towns of the produce of flower-growing, have witnessed the formation of production centers along the Mediterranean ; that is to say the two Rivieras, the Italian and the French ones, and Tuscany. The greater marketing facilities in north-west industrial Europe where local flower-growing on a large scale was made inpossible by the climate, has brought about new production processes. For instance, the introduction of glass-house cultivation, its technical improvement, the lowering of building prices, have enabled the Dutch, the Germans and the Belgians to extend cultivation around consumer areas. This trade in Europe became divided into two sources of supply : the Mediterranean and the Northern ones ; the latter all the more powerful as all "cold" countries can install heated glass-houses. Since World War II a third type of producers has entered the competition, that of distant countries which, by means of air transport, supply the particular market of a large city, or of an urban area. Thus London gets its supply from a part of the Commonwealth ; business centers in Germany along the Rhine get flowers from Israel, Spain, North Africa, in addition to all produce supplied by neighbouring countries.

Howewer the newcomers did not reduce the economic importance of the older producing areas, for they specialised in certains varieties, or emphasized the quality of flowers and decorative plants. Thus flower-growers in Flanders, from Ghent to Antwerp, the Dutch in the Aalsmeer polder, the French along the Loire valley and on the Riviera, the Italians in Liguria and Tuscany have chosen quality instead of quantity. Potted plants and decorative shrubs for some, cut flowers for others, and bulbs for a few specialists. Production still largely originates along the Mediterranean whose flowers are less permanently grown than those obtained scientifically in hot-houses but at a higher cost. In 20th century Europe it is in fact no use producing flowers. Such are indeed modern techniques that flowers of comparable standard may come from misty South Sweden, or the Italian Mezzogiorno just as well ; the difficulty lies in selling them.

⁂

The marketing of flowers is to day the decisive element in the success or failure of a flower-growing area. Demand fluctuates in proportion to the buying capacities of prospective buyers. The latter react in widely different ways, depending on whether the flowers are intended for decorating the house, or meant as a gift. To increase sales, cheap flowers offered in small quantities must attract the shopping housewife ; this is due to the fact that customers cannot spend much, and frequently, for an unnecessary, short-lived product (especially in winter in over-heated houses). So that competition is rife with potted plants that can be kept longer, but also with artificial flowers and nonhorticultural products that are sometimes preferred. The education of customers through advertisement, publicity, teaching, exhibitions, major flower shows, seeks to increase the buying of flowers, not at peak periods in the trade (All Saints'Day, Xmas, New Year's Day, Mothers' day) but in the intervals when demand is low and the production can neither be slowed down nor stopped. Large-scale advertising campaigns induce people to buy flowers out of season (St Valentine's day for example) for the calendar of sales to customers does not coincide with that of flower production. The flower is a live product that corresponds to a cycle in cultivation, and not a factory product that may be kept, transformed and sold again.

From producer to consumer, flowers go through a very intricate series of exchanges, according to the type of producing area and their geographical location in relation to distribution networks. The oldest markets along the Mediterranean (Nice, Antibes, San Remo, Pescia, Vintimilglia, Viareggio) are a meeting place for

producers and buyers. Each bargains for his own produce in the course of financial deals, and if he happens to be a good salesman, may hope to get a rewarding price for his work. The Dutch, soon imitated—by the Belgians, the Germans, the Danes and the Swedes, in the sales systems of the veilingen, *have used—through cooperation—widely different methods. The flowergrower hands over the marketing of his production, and especially the sale of it, to an auctioneer who supervises a sales panel with decreasing bids. The buyers have a capacity to absorb the near total of the goods, but at lower prices than in other marketing systems.*

For the last years, new circuits have been set up. The generalisation of sales through branch stores enables the buying centers to close deals with major firms or producers' cooperatives for the large-scale supply, over extended periods, of quality flowers of practically equal standard. Only through this means of marketing that identifies flowers with any other consumer goods, will the decisive step be taken towards a sales increase and an extension to less well-to-do buyers.

Shipping-agents and transporters both use throughout Europe various systems to make customers come in contact with produce sometimes originating in very distant lands. The flowers trains that leave Nice and San Remo every day, the refrigerated lorries, the freight planes, forward large quantities of flowers towards marketing centers that number only a few dozens in Europe. These major centers sometimes act as retailing agents for their suburbs. The more isolated urban areas get a direct shipment through train or lorry of flowers previously ordered by telephone. Retailers have long been blamed for hampering the development of the trade, by keeping too large part of the profits for themselves.

The truth is, beside the service rendered by flower shops in turning the flower into a token of one's feelings, and apart from certain excesses, one broaches the difficult matter of fixing prices.

The price struggle goes on on two different planes. At production level, every one endeavours — according to his own financial means — to make use of the most varied techniques that are offered him to market flowers at competitive prices. The skill of the producer in using to the best advantage the land and materials available to him, the selection in cultivation, are decisive for his success. The struggle also sets in at marketing level. A great deal of intermediaries, the crossing of borders, are heavy handicaps for flowers whose prices are made even higher by transport and handling. The quality goes down in the same time as prices go up. Some sales agencies have sought to simplify marketing by direct buying and direct transport straight to the retailing center. Thus Spaniards deliver direct to Switzerland with lorries, Italians or South Africans ship their flowers by air to Stockholm or London. The importing wholesalers, the forwarding business agents are engaged in trade processes that are sometimes old-fashioned. The stores of integrated business, on the other hand, present a pattern of simple but efficient organisation that narrows the gap — local or periodical — between prices due to the vagaries of climate (cold spell or over dampness) or human decision (rise in tariffs, quotas).

It is nevertheless hard to envisage the sale of luxury flowers through this channel.

Present-day Europe is divided into two main types of national markets. Some countries have their home markets fully supplied by local production. France, Holland, Italy and Spain thus meet most of their own needs. The last three produce more than the home market can absorb ; exportation is a "must". The flowers are shipped to nations with a deficit in flower production, for the national production, howewer important, is often a long way from saturating such huge markets as those of West Germany, the U.K., Sweden or Belgium. In some cases natural conditions, being too unfavourable, limit flower-growing to a few score market gardens, as in Austria and to a lesser extent in Switzerland. Decorative flower production in Europe will keep stabilising around three types of areas, Mediterranean, Northern and distant lands. In fact the evolution of trade, the transport facilities for very distant lands that are howewer fully served by international airlines, have brought a crisis in the older production areas. Inadequate equipment does not enable Mediterranean flowergrowers to live through some climatic accidents — all the more dangerous for their rarity ; the extension of cities drives flower-growers that live around towns away from the good lands or communication thoroughfares. Faraway countries supply cheap flowers, and sometimes take advantage of inverted seasons. Family production which still constitutes the essential framework of market gardens, not to be doomed must strive for quality, failing which it will have to give way to large market gardens with capitalist structures employing scores of wage-earning workers. Such is the evolution of flower-growing in Europe : from Mediterranean half a century ago, it has now become European and in some respects concerns the whole world.

I Fiori nell'Europa Occidentale

La lenta formazione dell'economia rurale europea non ha creato contemporaneamente e progressivamente una importante produzione orticola. L'orticoltura ornamentale è nata in seno all'agricoltura di speculazione alla fine dell'Ottocento. Certo, fin dall'antichità si sono coltivati i fiori per puro diletto e mera soddisfazione degli occhi. Dal Seicento in poi l'amplifiarsi delle reti commerciali ha permesso di incrementare la graduazione delle varietà e delle specie ornamentali in Europa. Le prime concentrazioni urbane nate dalla rivoluzione industriale dell'Ottocento hanno contribuito alla formazione di una classe borghese ricca, separata dalle proprie origini rurali. Ne è seguito uno sviluppo della vita di relazione che ha promosso lo sviluppo del commercio dei fiori. La società contemporanea fa un gran consumo dei prodotti orticoli ornamentali.

Nelle regioni mediterranee favorite dal clima, si sono costituite zone di produzione che sfruttano l'infrastruttura di trasporti ferroviari necessaria ad avviare verso le grandi città i prodotti della floricoltura. Si tratta delle due Riviere, quella francese e quella italiana, e della Toscana. L'estendersi del mercato floreale all' Europa industrializzata del Nord Ovest, incapace di produrre localmente fiori in abbondanza per ragioni climatiche, ha stimolato la scoperta di altre tecniche di produzione. Fra queste l'introduzione della serra di coltura in vetro, il suo miglioramento e l'abbassarsi del suo costo di fabbricazione, hanno permesso agli Olandesi, ai Tedeschi e ai Belgi di sviluppare le proprie colture intorno alle regioni di consumo. Il commercio in Europa si trova dunque diviso tra due fonti di approvvigionamenti, quella mediterranea e quella nordica ; quest'ultima è tanto più importante, dato che tutti i paesi freddi possono avere le loro serre riscaldate. Con la Seconda Guerra Mondiale è sorto un terzo tipo di produttore, quello dei paesi lontani che, mediante l'aereo, approvvigiona il singolo mercato di una grande città o quello di un'agglomerazione. Così Londra viene alimentata da una parte del Commonwealth ; centri commerciali della Germania renana ricevono fiori da Israele, dalla Spagna, dall'Africa del Nord, che vengono così a completare la fornitura proveniente dai paesi vicini.

I nuovi venuti non hanno però sminuito l'importanza economica delle antiche regioni di produzione. Difatti queste ultime si sono specializzate in poche varietà, o meglio, hanno rivolto in particolare la loro attenzione alla qualità dei fiori e dei prodotti ornamentali. Così i Fiamminghi, da Gand ad Anversa, gli Olandesi di Aalsmeer, gli orticoltori della Valle della Loira e quelli della Costa Azzurra, come gli altri della Liguria e della Toscana, hanno puntato sulla qualità, a scapito della quantità. Certi producono piante in vaso e arbusti ornamentali, altri fiori recisi, e altri ancora si specializzano nei bulbi. Il grosso della produzione si concentra tuttora sulle rive del Mediterraneo dove i fiori sono di qualità meno perfetta di quelli ottenuti scientificamente ma a più alto prezzo in quelle fabbriche di fiori che sono le serre. Nell'Europa del ventesimo secolo, la produzione naturale di fiori non è in realtà un vantaggio. Infatti le tecniche sono tali da poter ottenere fiori di uguale qualità dalle regioni nebbiose della Scania svedese al torrido Mezzogiorno italiano. La difficoltà sta nella vendita.

***

La commercializzazione dei prodotti orticoli è oggi l'elemento determinante del fallimento o della riuscita di una regione floricola. La richiesta varia sui mercati di produzione in funzione della capacità di acquisto della clientela. Questa reagisce in due modi molto diversi se deve acquistare dei fiori per ornare la casa (fiore-casa) o se è decisa ad offrirli nell'ambito dei rapporti sociali (fiore-regalo). Per sviluppare lo smercio dei fiori, la padrone di casa che la mattina esce per far la spesa, deve essere invogliata da fiori a buon mercato, presentati in piccole quantità. Difatti la clientela spesso non può effettuare grosse spese per l'acquisto di un prodotto superfluo e facilmente deteriorabile, sopratutto l'inverno negli ambienti surriscaldati delle case. Per cui la concorrenza è viva nel settore delle piante in vaso che si conservano più a lungo, ma anche per i fiori artificiali e per i prodotti non orticoli che talvolta vengono preferiti. L'educazione della clientela da parte della propaganda, la pubblicità, le esposizioni, le grandi manifestazioni floreali, cercano di incrementare l'acquisto di fiori, non al momento dell'eccesso del commercio floreale (Ognissanti, Natale, Capodanno, festa della mamma), ma negli intervalli in cui la richiesta è scarsa e la produzione floreale non può essere nè rallentata nè stabilizzata. Energiche campagne di pubblicità spingono a comprare fiori durante le stagioni morte (San Valentino per esempio) perchè il calendario degli acquisti da parte della clientela non corrisponde a quello della produzione floreale. Il fiore è un prodotto vivo che corrisponde a un ciclo di coltura, non un prodotto industriale che si possa conservare, trasformare e rivendere.

Dal produttore al consumatore, i fiori danno luogo a una serie molto complessa di scambi, secondo i tipi di regioni di produzione e la loro posizione nell'ambito delle reti di distribuzione. I più antichi mercati di produzione, quelli delle regioni mediterranee, Nizza, Antibes, San Remo, Pescia, Ollioules, Ventimiglia e Viareggio, mettono produttore e compratore in contatto diretto. Nel corso delle transazioni ognuno difende la propria merce, e chi sa vendere bene può sperare di ottenere un prezzo rimunerativo per il frutto delle proprie fatiche. Gli Olandesi, imitati dai Belgi, dai Tedeschi, dai Danesi, e dagli Svedesi nel sistema di vendita del "veiling", hanno utilizzato, grazie al sistema della cooperazione, dei metodi del tutto diversi. L'orticoltore abbandona la commercializzazione del prodotto, e soprattutto la sua vendita, a un gridatore che dirige un orologio di vendita all'asta discendente. I compratori sono capaci di assorbire la quasi totalità della merce, ma a prezzi più bassi che negli altri sistemi di commercializzazione.

Da alcuni anni esiste la tendenza a organizzare dei nuovi circuiti. Il generalizzarsi della vendita di fiori per il tramite dei commerci succursali permette alle centrali di acquisto di stipulare contratti con grandi ditte e con cooperative di produttori per la fornitura di fiori di qualità press'a poco uguale in grandi quantità e per lunghi periodi. Solo così, assimilando il fiore a ogni altro prodotto corrente di consumo, si avrà modo di fare il passo decisivo che permetta alla produzione di accrescere le proprie vendite pur avendo contatto con un pubblico di acquirenti più modesti rispetto ai clienti abituali.

Per mettere i clienti in contatto con i prodotti ottenuti talvolta in regioni lontanissime, spedizionieri e ditte trasporti si servono di vari sistemi. I treni dei fiori in partenza ogni giorno da Nizza e da San Remo, gli autocarri regrigerati, l'aereo, portano grandi quantità di fiori verso i mercati di consumo, i quali sono soltanto qualche decina in Europa. I suddetti grandi centri hanno talvolta un ufficio destinato alla distribuzione capillare nei dintorni più o meno prossimi. I centri urbani più isolati ricevono direttamente dal treno o dall' autocarro i fiori richiesti precedentemente per telefono. Si è per lungo tempo fatto rimprovero ai fiorai rivenditori al minuto d'impedire lo sviluppo del commercio floreale godendo di troppo forti margini di guadagno. In realtà, a prescindere dal servigio proprio dei fiorai che è quello di trasformare il fiore in messagero di sentimenti, come pure da certi abusi, ci troviamo di fronte al difficile problema della stabilizzazione dei prezzi.

La lotta per i prezzi si svolge a due livelli diversissimi. Al livello della produzione ciascuno sperimenta secondo le proprie possibilità finanziari le tecniche più varie a sua disposizione, per proporre dei fiori a un prezzo di concorrenza. L'abilità del produttore nell'utilizzare il meglio possibile la terra e il materiale che sono suoi, e a un tempo la scelta delle colture, sono fattori determinanti della sua riuscita. La lotta s'ingaggia anche al livello della commercializzazione. Il numero degl'intermediari, il passaggio dei confini, sono svantaggi di gran peso per i fiori il cui prezzo si aggrava delle spese di trasporto e di manipolazione. La qualità decresce mentre aumenta il prezzo. Organismi di vendita hanno tentato di semplificare la commercializzazione delle compre dirette e dei trasporti senza rottura di carico fino al mercato di redistribuzione. Così gli Spagnoli consegnano direttamente con autocarri in Svizzera, gl'Italiani o i Sud Africani mandano per via aerea i loro fiori a Stoccolma o a Londra. I grossisti importatori, i commissionari, gli agenti commerciali, praticano forme di commercio talvolta dissuete. I negozi del commercio integrato anzi offrono alla clientela il modello di un'organizzazione semplice ma efficace che attutisce gli scarti locali o stagionali dei prezzi causati dal cappriccio del clima (raffreddamento improvviso o eccesso di umidità) o delle decisioni umane (aumento dei diritti doganali, contingentamento). Comunque tale mezzo è da considerarsi alquanto difficoltoso per la vendita dei fiori di lusso.

L'Europa oggi è divisa in due tipi principali di mercati nazionali. Certi paesi soddisfanno il loro mercato interno grazie alla produzione locale. La Francia, l'Olanda, l'Italia, la Spagna coprono così il loro sostanziale fabbisogno. Gli ultimi tre hanno una produzione superiore alle possibilità d'assorbimento del mercato interno ; per cui si presenta necessità di esportazione. I fiori vengono inoltrati alle nazioni la cui floricoltura è deficitaria. In effetto spesso la produzione nazionale, nonostante la sua importanza, non riesce a saturare un mercato gigantesco come quelli della Germania Federale, del Regno Unito, della Svezia o del Belgio. Talvolta troppo ingrate condizioni naturali limitano l'orticoltura a qualche decina di aziende, come avviene in Austria, o ancora in Svizzera. La produzione ornamentale in Europa procede nel suo stabilizzarsi intorno a tre tipi di regioni : quella mediterranea, quella nordica e quella lontana. In realtà, lo sviluppo del commercio, la facilità di trasporto in regioni che, pur lontanissime, sono egregiamente servite dalle linee aeree internazionali, hanno provocato una crisi nelle antiche regioni di produzione. L'insufficienza di organizzazione degli orticoltori mediterranei non permette loro di resistere a certi incidenti climatici tanto più pericolosi quanto più rari ; lo sviluppo dei centri urbani caccia dalle buone terre e dalle assi di communicazione i floricoltori periurbani. I paesi lontani forniscono fiori a basso prezzo, e traggono talvolta profitto dell'invertirsi delle stagioni. L'organizzazione familiare che rappresenta tuttora il tipo principale di struttura fra le varie imprese, per non essere condannata a sparire, deve tendere alla ricerca della qualità ; altrimenti cederà prima o poi totalmente il posto alle grandi aziende floricole a struttura capitalistica che impiegano parecchie decine di operai salariati. Così dunque la floricoltura, da mediterranea che era un mezzo secolo fa, va facendosi ora europea, e addiritura, sotto vari e diversi aspetti, internazionale.

BIBLIOGRAPHIE

1. Association Internationale des Producteurs de l'Horticulture. Production, Commerce extérieur et Consommation de produits horticoles non comestibles en Europe Occidentale. *Hannover,* Août 1965.

2. Andreucci. Istituto tecnico Agrario Statale di Pèscia : La propagazione del Garofano per talea sotto il profilo fitosanitano (« Atti del Convegno Internazionale sul Garofano » San Remo 1962). *Firenzè,* 1963.

3. Andreucci. Indagini su un deperimento estivo del garofano collegato con la presenza di Fusaria nelle piante colpite. (Rivista della Ortoflorofautticoltura Italiana N° 1), (La Floricoltura Pesciatina. *Pescia,* 3-1966).

4. Andreucci. I vivai nella zona di Pescia. « Monti e Boschi » (TCI). 8-9 Août-Septembre 1961.

5. Andreucci. Gli antiparassitari usati nella moderna floricoltura : Floricoltura Pesciatina. *Pescia,* 9-1966.

6. Andreucci. La floricoltura e il mercato dei fiori nella zona di Pescia (Monti e Boschi N° 2 1963). La floricoltura Pesciatina. *Pescia,* 3-1963.

7. Andreucci. Istituto Tecnico Agrario Statale di Pescia ; Indagini su un deperimento che colpisce le talee di garofano durante la radicazione in piena terra (« Rivista dell'Cortofloro frutticoltura Italiana », Anno 88, Vol. XLVII N° 6, 1963). *Firenze,* 1963.

8. Arnaud J. L'Horticulture florale sur la Côte d'Azur. Situation et perspectives d'Avenir. (« La Potasse » N° 324, Avril 1965).

9. Arnaud J. La situation des cultures florales dans les Alpes-Maritimes ; aspects technique et économique. (Bulletin technique d'information des ingénieurs des services agricoles, N° 133, Septembre 1958).

10. Atkinson. Multiplication des végétaux sous brouillard artificiel. R.H. 1962.

11. Barberet A.
    1. Bulletin d'information ; 1er janvier 1963 : préparation du sol.
    2. Bulletin d'information ; 3 mai 1963 : la lutte antiparasitaire.
    3. Bulletin d'information : 4 mai 1964 ; la fertilisation.
    4. Bulletin d'information : 2 mars 1963 ; la désinfection du sol. Cap d'Antibes.

12. Barbey. Arboriculture ornementale. *Lausanne* 1963.

13. Bentley. Commercial Hydroponics. *Johannesburg* 1959.

14. Bertrand A. Plantes d'intérieur. La maison rustique. *Paris* 1961.

15. Bigot J. Réalisme et dynamisme de la fleur coupée ; Editorial dans « La France Horticole », N° 190, Septembre 1966.

16. Blanc D. Les cultures sans sol : leur avenir dans le domaine de la production horticole en France. P H M , N° 67, Mai 1966.

17. Bohn R. Die technik in Gartenbau. *Stuttgart* 1957.

18. Bossard. Cultures florales. J.B. Baillière et fils - 1960.

19. Bossard R. Chrysanthèmes en pots aux Etats-Unis ; Revue horticole, Annales de la SNHF. N° 2274, Novembre-Décembre 1966.

20. Bossard. Direction des Services agricoles des Alpes-Maritimes. La culture de l'œillet aux Etats-Unis ; Journées floricoles Nice-Antibes 1960 : compte rendu.

21. Boulay. Le grand district de Paris. L'horticulture de la région parisienne et son évolution ; P.H.M. N° 41, Novembre 1963.

22. Busch. Der Westeuropaïsche Schnittblumenmarkt. Jahrbuch der Technischen Hoschschule. *Hannover* 1955 (p. 177-185).

23. de Broise E. Où va la production horticole ; L'horticulture belge. N° 8, Avril 1965.

24. Brun et Faucher. La culture de l'anémone dans le Midi de la France. P.H.M. N° 55, III-1965.

25. Cadenel D. Les cultures florales dans la commune d'Ollioules. *Des Aix,* 1962.

26. Cahiers du Ceneca. Le ravitaillement des grandes villes. Numéro spécial du Salon international de l'agriculture, 1965.

27. Camera di Commercio, Industria e Agricoltura d'Imperia. Convegno sui Problemidella Floricoltura Bordighera. Gennaio 1964.

28. Cani Y. La floriculture sanremoise. *Des Nice,* 1965.

29. Carrel et Bossard. Le prix de revient des plantes en cultures florales ; XVIth International Congress Horticultural : *Bruxelles,* Août-Septembre 1962.

30. Carrel J. Direction des Services agricoles des Alpes-Maritimes : le marché de la fleur. Journées florales Cagnes-sur-Mer 1964 : compte rendu.

31. Castela P. La culture des plantes à parfums dans la région grassoise : « Recherches régionales ». N° 2. *Nice* - 1965.

32. Castela P. La regioni floricole Méditerranee di fronte alla concorrenza nordica. La floricoltura Pesciatina. *Pescia,* 11-12-1965.

33. Castela P. La floriculture azuréenne en péril : « Recherches régionales ». N° 4. *Nice* - 1964.

34. Chadefaud et Enberger. Traité de botanique, 1960.

35. Chaumier. L'éclairage artificiel en horticulture. *Paris* - 1955.

36. Chouard P. Cultures sans sol. *Paris* - 1951.

37. Claval P. Géographie générale des marchés : Ch. VII. Traits généraux des marchés agricoles ; le fonctionnement des marchés agricoles (I, V. VI). L'organisation des marchés agricoles (et annexe : Les marchés de fruits et légumes en France). Cahiers de géographie de Besançon. N° 10. *Paris,* 1962.

38. Centre National du Commerce Extérieur (C.N.C.E.).
   1. Le marché des fleurs en Suède ; juillet 1963 (209 p.)
   2. Les circuits de distribution en G.-B. (Produits d'alimentation générale) ; septembre 1962 (171 p.)
   3. Les circuits de distribution en Belgique. (Produits d'alimentation générale) ; octobre 1962 (288 p.)
   4. Les circuits de distribution en Allemagne Fédérale. (Produits d'alimentation générale) ; février 1964 (405 p.)

5. Le marché de production et d'exportation des fleurs coupées en Espagne ; septembre 1965 (131 p.)
6. Le marché des plants forestiers, fruitiers et d'ornement en Allemagne Fédérale ; septembre 1962 (126 p.)
7. Le marché des fleurs, feuillages coupés et plantes en pot en Allemagne Fédérale
8. La production et le marché d'exportation des bulbes à fleurs aux Pays-Bas ; septembre 1963 (97 p.)
9. Horticulture aux Pays-Bas. Service d'expansion économique. Attaché agricole de l'ambassade de France aux Pays-Bas. *Paris - Octobre* 1966
10. La production et la commercialisation des fleurs coupées en Italie ; août 1965 (223 p.)
11. Le marché des fleurs coupées en Suisse ; novembre 1964 (163 p.).

39. Combot H. Le commerçant et son avenir. Fleurs de France F.N. Fleuristes. N° 195, septembre 1964.

40. Cuenot. La culture florale et le Marché commun. Direction des Services agricoles des Alpes-Maritimes : Journées florales Nice-Antibes 1961 : compte rendu.

41. Daniel R. La culture du nénuphar pour la fleur coupée. P.H.M. N° 48, VI-VII 1964.

42. Debuisson. Le cyclamen : histoire et évolution de sa culture. P.H.M. N° 41, novembre 1963.

43. Derwael. Etude des débouchés des azalées. Institut économique agricole belge (2 volumes). *Bruxelles* 1965.

44. Direction des Services Agricoles des Alpes-Maritimes. Journées florales.
— Lansade : Sur les principales maladies de l'œillet.
— Targe : La tordeuse et les traitements insecticides de l'œillet.
— Vinot : Aspect local du problème des serres à œillets.
Nice-Antibes, 1961.

45. Direction des Services Agricoles des Alpes-Maritimes. Journées florales.
Action conjuguée de la lumière artificielle, du CO^2, en atmosphère climatisée, sur l'œillet américain. *Cagnes-sur-Mer,* 1964.

46. Direction des Services Agricoles du Var. La floriculture sous serre : L'œillet américain. Juillet 1964 (40 p.).

47. Direction des Services Agricoles du Var. Compte rendu du voyage d'études en Allemagne Fédérale. *Draguignan,* 1961.

48. Drouineau. Direction des Services agricoles des Alpes-Maritimes. La fertilisation de l'œillet : Journées florales Nice-Antibes 1961 : compte rendu.

49. Drouineau - Gouny. La fertilisation des cultures florales ; CR Ac. Agric. 1948 (p. 212).

50. Eggermont E. Le commerce floral en Belgique. L'horticulture belge. N° 8 - Avril 1965.

51. Favicau J. L'horticulture hollandaise. La France horticole : N° 191, Octobre 1966 ; N° 193, Décembre 1966.

52. Fleurquin M. La fleur coupée de la région d'Antibes. *Cannes,* 1936.

53. Genillier F. Les groupes de producteurs. Chronique juridique : « La France horticole ». N° 190, Septembre 1966.

54. Genillier F. SNCF - Délais de transport applicables aux plantes vivantes. Chronique juridique : « La France horticole ». N° 185, Avril 1966.

55. George P. Géographie de la consommation. PUF, 1963.

56. Germano G. La Forzatura del Giglio : La Floricoltura Pesciatina. *Pescia* - 4-1967.

57. Ginglaris A. L'Allemagne produit des fleurs coupées en toutes saisons ; La Floricoltura Pesciatina. *Pescia* - 8-1965.

58. Guide National de l'Agriculture (2 volumes). Solar éd., 1958.

59. Grimal P. Les jardins romains à la fin de la République et aux deux premiers siècles de l'Empire. *Th. lettres Paris,* 1943.

60. Gros A. Guide pratique de la fertilisation. Maison rustique, 1962.

61. Guillaumin. Ce que l'Amérique a fourni à nos jardins. « Revue horticole » (Annales de la SNHF). N° 2262, Novembre-Décembre 1964.

62. Guillaumin A. Ce que l'Afrique et l'Océanie ont fourni à nos jardins. « Revue horticole » (Annales de la SNHF). N° 2265, Mai-Juin 1965.

63. Haccou J.F. La funzione del commercio dei fiori recisi nell'Europa Occidentale e quella del commercio all'ingrosso in particolare. Conférence tenue à Berlin-Ouest le 9 Juin 1964. Compte rendu dans la Floricoltura Pesciatina. *Pescia* - 7-1964.

64. Van Heneweghe. De teelt van de rozelaar in België. L'Horticulture belge. N° 8, Avril 1965.

65. Henry E. L'horticulture dans la région orléanaise. P.H.M. N° 50, Octobre 1964.

66. Holley B. (Colorado). La production d'œillets de qualité (conditions techniques). Chronique Technique : La France Horticole, N° 194, Janvier 1967.

67. Houthe. Essai sur l'horticulture versaillaise de 1686 à 1840. Journal de la société d'horticulture de Seine-et-Oise, 1931.

68. Istituto di Economia e Politique agraria dell'Università. Pisa. Vicende ed aspetti economici della Floricoltura Tirrenica. 1962.

69. Kayser. Campagnes et villes de la Côte d'Azur. Thèse Lettres 1958.

70. Jennes J. Wie verkauft man in Belgien ? « Deutsche Gartnerborse ». N° 34, Août 1964.

71. Klougart A. (Copenhague). Les fondements Intellectuels de la Coopération. (« Gartenwelt » N° 16, Août 1966.) Chronique Economique : La France Horticole, N° 190, Septembre 1966.

72. La Quintinye. Instruction pour les jardins fruitiers et potagers 1690 BN 4782.

73. de Landsheer P. Gand, ville des fleurs et grand centre industriel. L'Horticulture Belge : N° 8, Avril 1965.

74. Laumonier R. Cultures Florales Méditerranéennes. Bibliothèque d'Horticulture Pratique; Ed. Baillière. *Paris,* 1959.

75. Lavoratti L. Il recente sviluppo delle coltivazioni specializzate nella « Valle dei Fiori » (Toscana). *Firenze,* 1966.

76. Le Fèvre. La fumure des plantes florales. BTI. 1953.

77. Leffring L. La culture du gerbera. P H M, N° 74, Février 1967.

78. Leronen H.J. Die Vermarktung der Blumen von Guernsey. Deutsche Gartnerborse, N° 34, Août 1964.

79. Livet. L'Avenir des régions agricoles. Ed. Economie et Humanisme, 1965.

80. Maisku F.F. Sélection et culture des Lis en U.R.S.S. « Revue Horticole » (Annales de la S N H F), N° 2262, Novembre-Décembre 1964.

81. Mati A. Problemi di attualita del vivaismo « Monti e Boschi » (TCI), N° 8-9, Août-Septembre 1961.

82. Mazoyer. Evolution prévisible de l'Horticulture Française face à ses problèmes présents.

83. Meneve et Baptist. Le marché des bégonias et des gloxinias. Institut d'Economie Agricole. *Gand,* 1955.

84. Ministère de l'Agriculture. Monographie Agricole des Alpes-Maritimes. 1927 et 1958. (Ed. Documentation française.)

85. Montesi M. Lazzereschi F. Coltivazione di bulbose in zona montana e collinare con particolare riguardo alla forzatura del gladiolo per l'ottenimento dei bulbi. Floricoltura Pesciatina. *Pescia,* 6-1966.

86. Morel G. Régénération de variétés virosées par la culture des méristèmes apicaux. « Revue Horticole » (Annales de la S N H F), N° 2261, Septembre-Octobre 1964.

87. Moschini E. Mezzi atti ad assicurare la protezione del garofano coltivato per la fioritura ritardate. La Floricoltura Pesciatina. *Pescia,* 5-1964.

88. Moser W. Blumenboïsen in der Schweiz. « Deutsche Gartnerborse », N° 34, Août 1964.

89. Natali A. Nuovi orientamenti nella coltivazione dei fiori nel Pesciatino. La Floricoltura Pesciatina. *Pescia,* 12-1962.

90. Del Neri G. La Republica Federale Tedesca quale mercato di sbocco per i fiori recisi. La Floricoltura Pesciatina. *Pescia,* 5-1966.

91. Niel P. L'œillet américain dans la région hyéroise. P.H.M. N° 54, 11-1965.

92. Paoli. Vita Romana. 1960.

93. Pape. Krankheiten und Schädlinge der Zierpflanzen und ihre Bekämpfung. *Paul Parey. Berlin,* 1964.

94. Philipponneau. La vie rurale dans la banlieue parisienne. Thèse, 1956.

95. Puccini G. Stazione Sperimentale di Floricoltura « Orazio Paimondo », San Remo. Opportunita e possibilita di allargare nella floricoltura toscana il numero delle specie floricole coltivate in relazione alle caratteristiche pedologiche. (Floricoltura Toscana N° 10.) *Pescia.*

96. Puccini G. Recherches sur la nutrition des plantes à fleurs coupées cultivées à l'échelle industrielle. XVIth International Horticultural Congress. *Bruxelles,* Août-Septembre 1962.

97. Puccini G. Esigenze nutritive del garofano Rifiorente ricerche compiute applicate alle colture industriali. (« Atti del Convegno Internazionale sul garofano ». *San Remo,* 1962 - *Firenze,* 1963.

98. Puccini G. Ricerche sulla nutrizione dell'anemone coltivato per fiore da recidere. (« Annali della Sperimentazione Agraria », Volume XV, N° 3-4. *Roma,* 1961.)

99. Puccini G. I filodendri (philodendron) in floricoltura. Specie principali, coltura, Ibeidazione e Selezione. (Informazioni Tecniche per i Floricoltori, 1963-1964.) *San Remo.*

100. Puccini G. Ricerche sulla nutrizione della rosa iluda rifiorente. (« Annali della Sperimentazione Agraria », Vol. XII, N° 6. *Roma,* 1958.)

101. Puccini G. Le Rose in Serra (« l'Italia Agricola, 3-1965). *Roma.*

102. Puccini G. (San Remo). La Forzatura della Rosa. (« Atti del Convegno nazionale sulla forzatura in floricultura e nei settori affini. ») *Genova.*

103. Puccini G. Ricerche sulla nutrizione del ranuncolo coltivato per fiore da recidere. (Annali della Sperimentazione Agraria, Vol. XV, N° 34. *Rome,* 1961.)

104. Puccini G. Associazione fra le casse di risparmio italiane. La Coltivazione industriale delle piante da fiore reciso. *Cosenza,* 1960.

105. Puccini G. Possibilita di sviluppo della Floricoltura in Sardegna. (« L'Agricoltura Italiana », 3-1963.) *Pisa.*

106. Puccini G. Gli anthurium piante da fiore reciso e da vaso fiorito. (Informazioni Tecniche pze i Floricoltori », 1961-1962.) *San Remo.*

107. Van Raalte. Der Export der Riviera blumen. « Deutsche Gartnerborse », N° 34, Août 1964.

108. Ravel d'Esclapon. La culture et l'utilisation du Mimosa sur le littoral méditerranéen. (« Bulletin technique d'information des Ingénieurs des Services Agricoles », 173 X 1962.)

109. Ravel d'Esclapon. La culture de la tulipe dans les Alpes-Maritimes et le Var. Bulletin des Engrais, N° 462, Août-Septembre 1963.

110. Ravel d'Esclapon. La culture des chrysanthèmes pour la fleur coupée dans les Alpes-Maritimes. P H M, N° 67, Mai 1966.

111. Revelat A. L'œillet niçois et son avenir. Journées Florales : Cagnes-sur-Mer, 1964. Compte rendu.

112. Roche P. Les Secondes Floralies Internationales de Paris. P H M , N° 48, VI-VII 1964.

113. Roy. Direction des Services Agricoles des Alpes-Maritimes. Situation des cultures florales pour la fleur coupée, la place de l'œillet dans ces cultures : Journées Florales Nice-Antibes 1960. Compte rendu.

114. Ruati. L'economi a floreale della Liguria. *Rome,* 1929.

115. Sangers W.J. Economische richtpunten voor het tuinbouwkundig onderzock. « Mededelingen » van de Directre Tuinbouw. *Gravenhage,* Avril 1964.

116. Sellers A.G. (London). Die Vermarktung von Gartenbau - Erzengnissen in England « Deutsche Gartnerborse », N° 34, Août 1964.

117. Thée J. Un bel exemple de culture sans sol. P H M , N° 50, Octobre 1964.

118. Thory C. Le Camélia du Japon : « Revue Horticole », Annales S N H F, N° 2271, Mai-Juin 1966.

119. Tramier. Méthode de sélection sanitaire du glaïeul à partir de cultures in nitro. Centre de recherches agronomiques, Antibes ; Dactyl.

120. Uhrich. Une révolution aux Etats-Unis d'Amérique : la distribution. Thèse : Sciences Economiques (p. 296). *Strasbourg,* 1962.

121. Van Winden W.J. Landbouw Economisch Instituut. Rentabiliteit van de boomkwekerij in Boskoop. *Gravenhage,* 1962.

Abréviations de revues ou publications employées dans le texte

A.J. - L'Ami des jardins.

B.T.I. - Bulletin technique d'information des Ingénieurs des Services Agricoles.

F.F. - Fleurs et feuillages.

F.H. - France horticole.

F.P. - Floricoltura Pesciatina.

J.F. - Jardins de France.

P.H.M. - Pépiniéristes, Horticulteurs, Maraîchers.

R.H. - Revue horticole.

R.R. - Recherches régionales de la Côte d'Azur.
Centre de documentation des archives des Alpes-Maritimes.

LISTE DES REVUES

FRANCE

1. L'ami des jardins.
2. Annales de la Société nationale d'Horticulture de France.
3. Bulletin des engrais.
4. Bulletin d'information du Ministère de l'Agriculture.
5. Bulletin technique d'information des ingénieurs agronomes.
6. La Côte d'Azur agricole.
7. Fleurs et feuillages. Publication du Centre National du Commerce Extérieur.
8. Fleurs de France.
9. France agricole.
10. France horticole.
11. Information horticole Côte d'Azur-Corse.
12. Jardins de France.
13. Pépiniéristes, horticulteurs, maraîchers.
14. La potasse.
15. Recherches régionales Côte d'Azur.
16. Revue horticole.
17. Annales agronomiques.

SUISSE

Revue horticole suisse.

SUEDE

Viola.

BELGIQUE

1. L'horticulture belge.
2. Euphitica.

ESPAGNE

1. Boletin informaterio del Sindicato nacional de frutos y productos horticolas.
2. Informacion comercial española.

ROYAUME UNI

1. Farmers' Weekly.
2. Fruit Trades' Journal.
3. The Grower.
4. The Jersey Bulb and Flower Growers' Association.
5. Guernsey Growers' Association.

PAYS-BAS

1. Bloemenbollen cultur
2. Bloemencultur.
3. Vakblad voor de Bloemisterij.
4. Publications de l'« Instituut voor Tuinbouwtechniek » de Wageningen.
5. Nederland Journal of Plant Pathology. Lisse.
6. Verslagen Landbouw Economisch Institut. La Haye.

ALLEMAGNE

1. Bulletin d'information du Ministère fédéral de l'Agriculture.
2. Blumen.
3. Bundesanzeiger.
4. Deutsche Gartnerboïse.
5. Gartenban Nachrichten.
6. Gartenban Wirtschaft.
7. Gartenwelt.
8. Saatgutwirtschaft.

ITALIE

1. Floricoltura pesciatina.
2. Il floricultore.
3. Fiori.
4. Il giardino fiorito.
5. Giornale di agricoltura.
6. Informatore agrario.
7. Italia agricola.
8. Monti e boschi.
9. Riviera dei Fiori, revue mensuelle de la Chambre de Commerce de San Remo.
10. Rivista della ortoflorofrutti coltura italiana.
11. Rivista di economia agraria.
12. Scienza e lavoro.
13. Vita italiana.
14. Notizario ortofrutticolo.

PRINCIPAUX ARTICLES

contenues dans les revues en langue française

BULLETIN TECHNIQUE D'INFORMATION DES INGENIEURS DES SERVICES AGRICOLES

1. La culture des plantes à parfums dans les Alpes-Maritimes. N° 27. 1948.
2. La production de fleurs coupées dans les Alpes-Maritimes. N° 32. 1948.
3. Les œillets dans les Alpes-Maritimes. N^{os} 52 et 53. 1949.
4. Les plantes à parfums dans les Alpes-Maritimes. N^{os} 96 et 98. 1955.
5. La culture du mimosa sur la Côte d'Azur. N° 108, 1956. N° 122, 1957.
6. Dahlia, culture auvergnate. N° 127. 1958.
7. Les roses dans la région lyonnaise. N° 39. 1949.
8. Culture du glaïeul en Vaucluse. N° 122. 1957.

LA FRANCE HORTICOLE

1. Voyage d'études en Allemagne. Juillet 1959.
2. Grande-Bretagne. Etude sur la commercialisation des fleurs en R.U. Chronique des relations extérieures. N° 194. Janvier 1967.
3. La production florale des pays nordiques. Octobre 1962.
4. Commission des prix de la première région économique horticole. Prix pour l'automne 1966. Chronique économique. N° 190. Septembre 1966.
5. Les cultures florales dans le Var. Décembre 1960.
6. Fleurs coupées en France. Analyse de la campagne 65-66. Chronique Economique Horticole Internationale. N° 189. Août 1966.
7. Balance horticole en 1966. N° 196. Mars 1967.
8. Mission sur la floriculture en Italie. N^{os} 119, 121, 122, 124 et 126. 1960.
9. Prix des plantes à massifs (printemps 67). N° 196. Mars 1967.
10. La production florale en Espagne. Janvier 1961.
11. Importations. Prix minima (bulbes tulipes en fleurs et tulipes coupées). (J.O. 4 décembre 1966.) Chronique des relations extérieures. N° 193. Décembre 1966.
12. Voyage en Belgique et en Hollande. Juin 1961.

ESPAGNE

13. Quelques données chiffrées sur la production et l'exportation d'œillets et de plantes (fleurs et feuillages C.N.C.E. N° 47). Chronique des relations extérieures. N° 194. Janvier 1967.
14. La floriculture dans l'est des Etats-Unis. Septembre 1958. Octobre-mars 1959.
15. Compte rendu de voyage en Hollande et en Allemagne. N° 116. Janvier 1960.
16. Pays-Bas. Les exportateurs néerlandais face à l'évolution de la distribution des plantes ornementales. (Mededelingen van de Directie Tuinbow. Juin 1966.) (Fleurs et feuillages. N° 37. Octobre 1966.) Chronique économique internationale. N° 191. Octobre 1966.
17. Cultures de fleurs en Bulgarie. (« Der Deutsche Gartenbau ». Juillet 1966.) (Fleurs et feuillages, C.N.C.E.). Chronique économique internationale. N° 192. Novembre 1966.

18. Libération des échanges. Importation de produits horticoles. (J.O. 4-5 avril 1966.) Chronique des relations extérieures. N° 185. Avril 1966.
19. Centre National du Commerce Extérieur. Superficie de serres en Italie en 1960. (« Fleurs et Feuillages » du C.N.C.E.) Chronique Economique Internationale. N° 185. Avril 1966.
20. Importation de boutures (œillets et chrysanthèmes). (J.O. 29 novembre 1966.) Chronique Economique. N° 193. Décembre 1966.
21. L'horticulture en Roumanie. Chronique Economique Internationale. N° 191. Octobre 1966.

REVUE HORTICOLE

1. Horticulture et électricité sur la Côte d'Azur. 1958.
2. Refroidissement des serres. N° 2262. Novembre-décembre 1964.
3. La culture du glaïeul en Israël. N° 2263. Janvier-février 1965.
4. La culture des glaïeuls en France. Septembre 1958.
5. La culture des anémones dans le Midi. Janvier 1962.
6. L'évolution de l'horticulture dans les Alpes-Maritimes de 1860 à 1960. Septembre 1960.
7. Culture spéciale du chrysanthème en Suède. Mai 1963.
8. Le mimosa en Méditerranée. Septembre 1962.
9. La culture de l'œillet américain à Antibes. Mars 1961.
10. Pivoines. Mai 1956 et novembre 1958.
11. Grevilea robusta. Juillet 1955.
12. Quelques établissements horticoles de la Côte d'Azur : Barberet. Riviera Plant Compagny. Roseraie de Cayrons, Domenget. N° 2276. Mars-avril 1967.
13. Aalsmeer et son marché. Juillet 1961.
14. Jardins et cultures aux Etats-Unis. N° 18. 1959.
15. La production horticole dans la région hyéroise. Avril 1959.
16. La culture de l'asparagus dans les Alpes-Maritimes. Juillet 1963.
17. Les plastiques dans l'horticulture. Juillet 1958.
18. Les abris vitrés dans les régions méridionales. Mars 1953.
19. La culture de l'œillet américain dans les Alpes-Maritimes. Novembre 1963.
20. L'évolution technique en matière de cultures florales. Mai 1953.
21. Préparation des anémones sur la Côte d'Azur. Mai 1957.
22. Strelitzias. Janvier 1953.
23. Giroflée américaine. Novembre 1957.
24. Comment diminuer le coût de la main-d'œuvre en culture florale. Janvier 1961.
25. Les gloxinia aux Etats-Unis. Novembre 1958.
26. La culture des glaïeuls en U.R.S.S. Septembre 1960.
27. La culture de l'œillet américain en Californie. Mai 1961.
28. Le marché-gare de Nice-Saint-Augustin. N° 2276. Mars-avril 1967.
29. Dahlias. Mars-mai 1957.
30. Cultures sans sol. Juillet 1958.

PEPINIERISTES - HORTICULTEURS - MARAICHERS

1. Tubéreuses. Août 1963.
2. L'horticulture hongroise. N° 53. I-1965.
3. Exemple d'une campagne de publicité dans le domaine de l'horticulture (U.S.A.). N° 63. Janvier 1966.

4. La production de fleurs coupées dans les Alpes-Maritimes. Janvier 1964.
5. Le CO_2 (gaz carbonique) et la culture sous serre. Décembre 1962.
6. Giuglaris A. Une nouvelle technique dans le chauffage des serres. N° 48. VI-VII. 1964.
7. Giuglaris A. La floriculture danoise. Décembre 1963.
8. Strelitizias. Juin 1961.
9. L'Espagne. Février 1962.
10. Etudes et statistiques. Les exportations françaises de fleurs coupées durant la campagne 65-66. N° 70. Octobre 1966.
11. Quelques exemples de signalisation de température et d'humidité dans les serres. N° 41, XI.
12. C. E. E. Projet de règlement organisant le marché des fleurs et des plantes dans les six pays de la C. E. E. N° 63. Janvier 1966.
13. L'horticulture espagnole. Janvier 1962.
14. Les exportations de fleurs des Alpes-Maritimes. Février 1961.
15. Quelques indications sur la production et la commercialisation des fleurs et plantes ornementales en Espagne. N° 73. Janvier 1967.
16. Les exportations de la Côte d'Azur. Février 1961.
17. Colloque sur l'utilisation du gaz carbonique en horticulture. Le CO_2 sur les cultures ornementales (J. Thée). N° 53. I-1965.

L'AMI DES JARDINS

1. Lavande et lavandin. Février 1957.
2. Strelitzia reginae. Janvier 1957.
3. Chrysanthèmes. Février 1957.
4. Dahlias. Mars 1958.

LA COTE D'AZUR AGRICOLE

1. La culture du mimosa sur la Côte d'Azur. Mai 1957.
2. La culture de la lavande en Provence. Février 1958.
3. La floriculture industrielle sur la « Riviera dei Fiori ». Mars 1958.
4. L'horticulture florale en Californie. Septembre 1958.

JARDINS DE FRANCE

1. Dahlias, bégonias, tubéreuses. Mars 1950.
2. Broméliacées. Juin 1956.
3. La culture des plantes bulbeuses de printemps. Juin 1957.
4. La plantation des rosiers. N° 6. 1957.
5. Les glaïeuls d'été et leur culture. Avril 1958.
6. Sansévérias. Juin 1956.
7. La greffe des plantes cactées. Février 1958.

TABLE DES PLANCHES PHOTOGRAPHIQUES

origine des documents

1. CULTURE DE ROSIERS SOUS SERRE 42
(*Ets Marchio, photo Charbonnel*).

2. CULTURE D'ŒILLETS SOUS SERRE 46
(*Ets Marchio, photo Thiessard*).

3. CULTURE DE BOUTURES D'ŒILLETS AMERICAINS 58
(*Ets Barberet, photo Le Guern*).

4. CULTURE D'ASPARAGUS PLUMOSUS 62
(*Ets Marchio, photo Thiessard*).

5. FLORICULTURE DE SOLEIL SUR LE COTEAU NIÇOIS 86
(*Ets Bellone, photo Transacphot*).

6. FLORICULTURE SUR LE COTEAU NIÇOIS 98
(*Ets Martin, photo Transacphot.*)

7. LE COTEAU LAURENTIN 112
(*Ets Marchio, photo Transacphot*).

8. FLORICULTURE AU CAP D'ANTIBES 120
(*Ets Barberet, photo Transacphot*).

9. SAN REMO, CAPITALE DE LA FLORICULTURE ITALIENNE 134
(*San Remo, photo De Bon*).

10. EXPLOITATION A SAN REMO 146
(*Photo De Bon*).

11. FLORICULTURE A PESCIA 156
(*Photo Direction du Marché*).

12. L'HORTICULTURE ANGEVINE 166
(*Ets Chedanne, photo Chedanne*).

13. LE POLDER D'AALSMEER 184
(*Station expérimentale Aalsmeer, photo X*).

14. L'USINE A FLEURS NEERLANDAISE 192
(*Ets Van Staaveren, photo K.L.M.*).

15. PEPINIERES ORNEMENTALES A ALBIAS 224
(*Ets Rodolausse, photo Rodolausse*).

16. HORTICULTURE DANS LA BANLIEUE PARISIENNE 232
(*Ets Vilmorin, photo Vilmorin*).

17. LE MARCHE DE NICE - VUE AERIENNE 306
(*Document Ponts-et-Chaussées*).

18. LE MARCHE DE NICE - VUE EXTERIEURE LATERALE 310
(*Photo P. Duvochel*).

19. LE MARCHE DE NICE - VUE INTERIEURE 312
(*Photo Duvochel*).

20. LE MARCHE DE SAN REMO 316
(*Document direction Marché de San Remo*).

21. LE MARCHE DE SAN REMO 318
(*Document direction Marché de San Remo*).

21 bis LE MARCHE DE PESCIA 318
(*Photo Direction du Marché*).

22. UN MARCHE A AALSMEER 324
(*C.A.V. Aalsmeer, photo X...*).

23. LE TRAVAIL DE LA FLEUR CHEZ UN GRAND FLEURISTE A FRANCFORT .. 340
(*Ets Hanisch, photo X...*).

24. CAMION DE LIVRAISON DE FLEURS 352
(*Ets Martin, photo Germondi*).

TABLE DES FIGURES

1. Coupe Théorique d'une serre de fleurs coupées 60
2. Coupe Théorique d'une serre de plantes en pots 61
3. Vocation hivernale de la Côte d'Azur 80
4. et 5. Variation des températures moyennes à Nice 82-83
6. Carte de la Floriculture azuréenne (hors texte) 84
7. à 9. Répartition des cultures dans quelques communes des A.-M. 93-96
10. Répartition des modes de faire valoir sur la Côte d'Azur 124
11. Les centres floricoles italiens 130
12. Carte de la floriculture ligure 133
13. Structure agraire de la Ligurie 137
14. Structure agraire de la Ligurie 138
15. Carte de la Floriculture Toscane 150
16. Principaux centres de floriculture au Benelux 170
17. L'Horticulture ornementale en Hollande 176
18. L'Horticulture ornementale flamande 188
19. Floriculture et plantes en pots en France 227
20. Pépinières ornementales et bulbiculture en France 228
21. La Floriculture catalane 252
22. Evolution comparée de la production des cultures florales et du revenu disponible des ménages 285
23. Pourcentage des sommes consacrées au dernier achat 290
24. Nombre d'achats en fonction de la date 294
25. Organigramme de la distribution 334
26. Nombre de correspondants Interflora dans quelques villes européennes 343
27. Variation (en pourcentage) des apports de fleurs à San Remo au cours d'une année 368
28. Comparaison de l'évolution des prix de gros des œillets allemands et français .. 369
29. Prix minima. Evolution des prix des œillets et des roses au M.I.N. de Nice (Nov. 1965 - Janv. 1967) (hors texte) 370
30. Prix des œillets locaux et des œillets importés dans différentes villes européennes 374
31. Offre et demande théoriques sur le marché français au cours d'une année 383
32. Evolution du prix de la rose Baccara à Nice le même jour (hors texte) 384
33. Evolution hebdomadaire du prix des œillets à Cologne 387
33 bis. Carte commerce européen 410
34. Ventes des œillets à Pescia, Viareggio, San Remo au cours d'une année 432

CARTES COULEURS HORS-TEXTE

UN EXEMPLE DE TERROIR FLORICOLE : Saint-Laurent-du-Var 84

PRODUCTION ET COMMERCE DES PRODUITS ORNEMENTAUX EN EUROPE OCCIDENTALE 272

TABLE DES MATIÈRES

Avant-Propos 7

Introduction 9

1. La naissance d'une consommation 9
2. Des conditions techniques et économiques originales 11
3. Les difficultés de la documentation 15

PREMIÈRE PARTIE

LA PRODUCTION HORTICOLE ORNEMENTALE

I. L'ESSOR D'UN MARCHE 21

1. Les Romains créent la floriculture 23
2. Au moyen âge, l'Horticulture se diversifie et se répand 24
3. La Renaissance consacre le succès de la fleur et des jardins 25
4. La constitution du patrimoine horticole des Pays-Bas est ancienne 27
5. L'expansion de l'horticulture azuréenne 28
6. L'horticulture dans la banlieue parisienne 29
7. La grande floriculture italienne remonte elle aussi au XIX^{e} siècle 31
8. Production et Consommation actuelles 34

II. LES VICTOIRES DE LA TECHNIQUE ET DE LA SCIENCE 37

CHAPITRE I. *LA PRODUCTION DES PLANTES ORNEMENTALES* 39

1. Les plantes d'ornement 40
2. Multiplication et production des plantes 41
3. Méthodes culturales 42
   a) La culture des rosiers 42
   b) La dianthiculture 43
   c) La bulbiculture 45
4. Calendrier de production 46

CHAPITRE II. *SCIENCES ET TECHNIQUES HORTICOLES* 49

1. L'air et la lumière 50
2. La température 52
3. L'humidité 53
4. Les sols et leurs fertilisants 54
5. La lutte antiparasitaire 56
6. Les serres 58
   a) Les abris 59
   b) Les serres modernes 59
   c) Les cultures sous serre 62

CHAPITRE III. *SYSTEMES DE CULTURE ET PRIX DE PRODUCTION* 65
1. Les combinaisons de techniques 65
2. Les difficultés de financement 68
3. Les types d'entreprises 69

III. LES REGIONS FLORICOLES 71

CHAPITRE I. *LA COTE D'AZUR, BERCEAU DE LA FLORICULTURE* 77

I. *L'utilisation du milieu naturel* 79
1. Des conditions naturelles exceptionnellement favorables 79
2. Le climat niçois 80
3. Localisation des cultures 85
4. Le développement des surfaces 87
5. Les surfaces cultivées 88

II. *Les productions* 97
1. Les œillets 97
a) La culture de l'œillet niçois 98
b) La culture de l'œillet américain 100
2. La culture des rosiers 101
La culture en plein champ pour la fleur coupée 101
La culture sous serre 102
3. Le mimosa et les feuillages ornementaux 102
4. La bulbiculture 104
5. Les autres fleurs 107
6. Les pépinières ornementales 109
7. La production spécialisée de plantes en pots 109
8. Localisation des espèces 110
a) Un terroir floricole dispersé 110
b) Le terroir laurentin 111

III. *Les hommes et leurs entreprises* 113
1. Les producteurs 113
a) Dianthiculteurs 114
b) Rosiéristes 116
c) Autres exploitations 118
2. La structure agraire 123
1) Les modes de faire-valoir 123
2) Les exploitations sont dans l'ensemble assez petites 126

CHAPITRE II. *LES AUTRES FLORICULTURES DE SOLEIL* 129

A) La floriculture italienne 129

I. *La Riviera des fleurs* 132
1. Localisation des cultures 134
2. La plus grande superficie floricole du monde 134
3. La structure agraire 136
4. L'origine du peuplement horticole 140
5. La rentabilité des exploitations 142
6. La floriculture dans la région génoise 147
7. La Riviera du Levant 148

II. *La floriculture toscane* 151
1. La constitution de la floriculture toscane 151
2. Les pépinières ornemenlales 153
3. La floriculture pesciatine 154
4. La floriculture en Versilia 158
5. Les timides débuts de la Maremme 159

B) Le Val de Loire 161
1. La région orléanaise diversifie sa production 161
2. Tours conserve sa spécialisation 163
3. Angers reste le centre prépondérant dans le Val 165
4. La pépinière est encore l'activité principale du Val 167

CHAPITRE III. *LA FLORICULTURE PERI-URBAINE* 171

I. *Les Pays-Bas* 171
1. L'organisation générale de la production 171
2. L'utilisation parfaite d'un milieu naturel ingrat 173
3. La bulbiculture 173
1) Une discipline parfaite 173
2) L'extension des surfaces 174
3) Les régions de culture 177
4) Les exploitations 177
5) La puissance des bulbiculteurs 178
4. La pépinière ornementale 179
1) Un centre de réputation mondiale 179
2) Les produits 180
5. La floriculture 182
1) L'évolution des surfaces 182
2) Les espèces cultivées 183
3) Le centre d'Aalsmeer 184

II. *La Belgique* 186
1. La Flandre orientale, principal foyer horticole 187
2. La répartition des cultures 189
3. Les entreprises 190
4. La production 191

III. *L'Allemagne Fédérale* 192
1. Une consommation massive et variée 192
a) Les données de la nature 192
b) Le milieu humain 193
2. La vallée du Rhin possède l'essentiel des surfaces 194
a) Les cultures de plein air 194
b) Les cultures sous serre 195
c) Les cultures d'oignons à fleurs 197
3. Les exploitations sont puissamment équipées 198
4. Les pépinières ornementales sont prospères 200
5. L'évolution des cultures 203

IV. *La Suisse* 204
1. Une consommation abondante 204
2. Une production insuffisante 205
3. Une spécialisation croissante 206
4. Des entreprises puissantes 208

V. *Les Pays Scandinaves* 210
1. La Suède 210
2. Le Danemark 213
Un pays pionnier 213
La G.A.S.A. d'Odense 214
La vitalité de l'horticulture 216
3. La Finlande et la Norvège 217

VI. *Les Iles Britanniques* 218
1. La production est localisée dans le sud de l'Angleterre 219
2. La structure des exploitations est originale 223
3. L'organisation de la production reste à améliorer 223

VII. *La France* 224
1. Une nation favorisée 224
2. La dispersion des exploitations 226
3. La pépinière ornementale est en plein essor 230
4. La bulbiculture reste un secteur individualisé 231
5. La région parisienne présente le type achevé de l'horticulture péri-urbaine 232
VIII. *L'Italie péri-urbaine* 233
1. Un développement rapide 234
2. Le Latium 236

CHAPITRE IV. *LA CONCURRENCE SUR LES MARCHES DE PRODUCTION* 239

1. L'établissement des prix de production 240
1) Le coût de la main-d'œuvre 240
2) Le prix des serres 242
3) Les autres dépenses d'infrastructure 243
2. La mondialisation de la floriculture 246
a) Les producteurs pionniers de la Méditerranée 247
1) Le Mezzogiorno 247
2) La floriculture espagnole 251
3) Les autres producteurs méditerranéens 257
b) Les producteurs lointains 259
1) Afrique australe 259
2) Amérique latine 262
3) Extrême-Orient et Pacifique 263
4) Etats-Unis 263
5) Europe Orientale 266
Conclusion 269

DEUXIÈME PARTIE

LE COMMERCE FLORAL

I. L'EVOLUTION DE LA DEMANDE 277

1. L'éducation de la clientèle 279
1) Les expositions 279
2) La publicité 281
2. La démocratisation de la fleur 282
1) Les sondages de consommation 283
2) La fleur d'intérieur 287
3) La fleur cadeau 290
4) L'influence du fleuriste 291
3. Le calendrier des achats 295

II. L'ORGANISATION DE LA DISTRIBUTION 305

CHAPITRE I. *LES TECHNIQUES DE L'OFFRE* 307

1. Les marchés azuréens 308
a) Le marché niçois 309
b) Les marchés d'Antibes 312
2. Les marchés italiens 314
a) Puissance et désordre des marchés 314
b) Le marché de San Remo 315
c) Le marché de Vintimille 317
d) Les marchés toscans 318

3. Le marché néerlandais 320
a) Une entreprise méthodique 320
b) Le marché d'Aalsmeer 322
c) Les autres veilingen 324
4. Les nouveaux types de marchés 325
5. Force et faiblesse des système de vente 327
a) Les marchés méditerranéens 327
b) Les ventes au cadran 330

CHAPITRE II. *L'ECLATEMENT DE LA PRODUCTION* 333

I. *Les chaînes d'intermédiaires* 333

1. Organisation de la distribution 333
2. Les expéditeurs 336
a) Expéditeurs patentés 336
b) Diffuseurs directs 338
c) Défauts du système coopératif de vente 339
3. Le commerce de détail 341
a) Fleuristes 341
b) Autres détaillants 345

II. *L'organisation des transports* 350

1. Les transports par voie ferrée 351
2. Les transports routiers 352
3. Les transports aériens 353
4. Les concurrences 354
5. Le réseau de distribution des grands marchés 356

III. *Les marchés de distribution* 358

1. Les marchés de consommation 358
2. Les méthodes de vente 359
3. L'organisation technique des marchés 360
4. L'évolution du commerce 362

III. LA GUERRE DES PRIX 365

1. Les écarts de prix 368
a) Variations dans le temps 368
b) Variations dans l'espace 370
c) Etablissement des prix nationaux et régionaux 371
2. Evolution des prix pendant une campagne hivernale 373
a) Evolution du prix des œillets 375
b) Evolution du prix des roses 378
3. L'établissement du prix 380
a) A la production 381
b) Au niveau des détaillants 382
c) Prix de détail dans une ville 384
4. Commerce des principaux produits 386
a) Commerce des œillets 386
b) Commerce des plantes en pots 390
1) Un type de commerce original 391
2) Le commerce des azalées belges 392
3) Les concurrences en Europe 395
c) Commerce des bulbes 398
d) Commerce des produits de pépinières 402

IV. LES MARCHES NATIONAUX 405

CHAPITRE I. *LES MARCHES SATISFAITS* 411

1. Un marché équilibré, le marché français 412
2. Le marché néerlandais 419

3. Le marché italien 427
4. Le marché espagnol 435

CHAPITRE II. *LES MARCHES DEFICITAIRES* 439
1. Le marché anglais 439
1) Marché Britannique en 1954-1955 443
2) Campagne 1955-1956 445
3) Campagne 1958-1959 446
2. Le marché allemand 447
1) Caractères originaux du marché allemand 447
2) Les marchés allemands 449
3) L'exemple d'une campagne de vente 450
4) Le commerce allemand 452
3. Le marché belge 456
4. Le marché suédois 457
5. Le marché suisse 459

CHAPITRE III. *L'AVENIR DE LA FLORICULTURE EUROPEENNE* 463
1. Les rôles actuels des états 464
2. L'élaboration du Marché Commun et ses conséquences 468
3. La crise de l'horticulture azuréenne 470
4. L'urbanisation et la floriculture 472
Conclusion 475

Conclusion générale 477

Die blumen in West Europa 479

The Flower in Western Europe 481

I Fiori nell' Europa Occidentale 483

Bibliographie 485

Abréviations de revues ou publications employées dans le texte 491

Liste des revues 493

Principaux articles contenus dans les revues en langue française 495

Table des planches photographiques 499

Table des figures 501

Achevé d'Imprimer
le 30 avril 1968
sur les presses des Etablissements Ciais et Cie s.a. - Nice

Dépôt légal - 2e trimestre 1968